



# Rapport annuel d'activité 2021



Restauration extérieure - Photographe : J. Bosger



Restauration intérieure - Photographe : J. Bosger



Raccord peinture - Photographe : J. Bosger



La Société Publique Locale Saint-Nazaire Agglomération Tourisme, au capital de 250 000 €, fut fondée en 2017 par la Ville de Saint-Nazaire et la CARENE et bénéficie d'une Délégation de Service Public unique de ses deux actionnaires fondateurs.

**saint-nazaire**  
agglomération  
**TOURISME**® ●●●



# Sommaire

<b>Le rapport moral de la Présidente – Directrice générale</b>	p. 4 - 5
<b>I - Les actions spécifiques et faits marquants de l'année 2021</b>	
1. La crise sanitaire Covid-19 et ses impacts	p. 7
2. Le programme de restauration et de valorisation du sous-marin Espadon	p. 8 - 13
3. Les campagnes de communication	p. 14 - 15
4. Exposition photo en plein-air à Saint-André-des-eaux	p. 16
5. Processus de reconduction de la Délégation de Service Public	p. 17
6. Tableau de bord des indicateurs touristiques : offres hébergements marchands, nuitées, Orange Flux vision tourisme	p. 18 - 25
<b>II - Les informations requises par la DSP conformément aux dispositions des articles L.1411-3 et R.1411-7 du code général des collectivités territoriales</b>	
1. Le projet d'entreprise – suivi des actions mises en œuvre	p. 27 - 32
2. Les données d'exploitation sur le visitorat des équipements (nombre d'entrées par activité, par tarif, par origine, par période de l'année...) et au nombre de visiteurs recensés sur le territoire	p. 33 - 44
3. Les données liées aux activités : ventes boutique, restauration, nature et nombre des animations et événements	p. 45
4. Les actions de prospection, promotion et partenariats engagés au cours de l'année	
4.1. L'Office de Tourisme intercommunal	p. 46 - 58
4.2. Le marketing	p. 59 - 66
4.3. Les partenariats	p. 67 - 69
4.4. Les démarches qualité	p. 70
4.5 Les missions d'ingénierie	p. 71 - 73
5. Les actions menées au titre des missions relevant de la conservation et de la valorisation du patrimoine de la Ville de Saint-Nazaire	p. 74 - 100
6. Les ressources humaines	p. 101 - 102
7. L'organigramme à jour avec la liste des personnels	p. 103
8. Les comptes annuels (compte de résultat, bilans, annexes) établis conformément aux normes du plan comptable général en vigueur certifiés par un commissaire aux comptes agréé ; une information sur les engagements à incidences financières, y compris en matière de personnel, liés à la délégation de service public, et nécessaire à la continuité du service public	p. 104 - 114
9. Les tableaux de comptabilité analytique par activités	p. 115 - 116
10. L'inventaire des biens mis à jour	p. 117
11. Un journal de bord des travaux réalisés par le délégataire	p. 117
12. La vie juridique et la gouvernance de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme	p. 118 - 120

## Le rapport moral de la Présidente Directrice générale



Pour la deuxième année consécutive, la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a été contrainte par une limitation de ses activités en raison des restrictions d'ouverture au public imposées par la situation sanitaire, entraînant une fermeture de janvier à juin des équipements. Par conséquent, le premier semestre 2021 mobilisa une partie des équipes sur le chantier de restauration et de valorisation du sous-marin Espadon.

Le pari audacieux de mener en six mois ce chantier d'envergure cumulant la restauration d'une pièce de collection de l'Écomusée de Saint-Nazaire - musée de France et la création d'un parcours de visite est réussi. Les résultats sont éloquentes et peuvent être résumés en cinq points :

- . la qualité du travail réalisé par les équipes et les sous-traitants dans une atmosphère concentrée où l'engagement et la fierté étaient palpables et, il est utile de le souligner, sans accident ni incident,
- . la mobilisation des publics et des entreprises en faveur du mécénat, entrepris avec la Fondation du patrimoine, pour la restauration, avec plus de 120.000 euros collectés,
- . le budget du projet dont le financement est assuré à plus de 65 % par des partenaires extérieurs (Plan de relance de l'Etat, Ministère de la Culture, Région des Pays de la Loire, Département de Loire-Atlantique, sous la maîtrise d'ouvrage de la CARENE déléguée à Saint-Nazaire Agglomération Tourisme,
- . la médiatisation locale et nationale, dont 4 journaux télévisés à forte audience,
- . la fréquentation avec plus de 65.000 visiteurs entre le 10 juillet et le 31 décembre, soit 50 % de plus qu'en 2020 et soit plus de 70 % de la fréquentation de 2019, laquelle fut une année record.

Ainsi, tous les ingrédients sont réunis pour maintenir le sous-marin Espadon comme l'un des sites attracteurs de la destination.

Le deuxième semestre permit une ouverture des sites selon le programme initial avec de bons niveaux de fréquentation, notamment sur la clientèle « groupes » revenue plus rapidement qu'envisagé. Les restrictions pour certaines activités comme le tourisme d'affaires ou les visites industrielles ont impacté néanmoins les objectifs annuels.

- Fréquentation totale des sites et des visites : 195.000 personnes, soit 72 % des objectifs initiaux sur 6 mois d'exploitation
- Fréquentation de la Saison patrimoine : 13 222 participants à nos visites et actions culturelles. Soit une hausse de 57,4 % par rapport à 2020 et une diminution de seulement 4,6 % par rapport à 2019 qui affichait une programmation complète de mars à décembre.
- Fréquentation des Journées Européennes du patrimoine : 3 639 personnes, soit – 13,2 % versus 2019.
- La fréquentation physique de l'Office de Tourisme : augmentation de la fréquentation + 61 % et le nombre de renseignement de 10,7 % comparée à 2020.
- Le chiffre d'affaires des billetteries s'élève à 1,6 million d'euros, soit 62 % des objectifs initiaux.
- Le numérique progresse en continu : + 24% d'utilisateurs du site web, la vente en ligne représente désormais 55% des transactions de billetterie.

Pour la deuxième année consécutive, la Solitaire du Figaro a pris place dans le bassin de Saint-Nazaire en jouant double ; la Ville était à la fois port de départ et d'arrivée. Par mandat de la CARENE, la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme prit en charge l'organisation et le montage d'un stand de promotion du territoire sous la bannière Saint-Nazaire Renversante.

Face aux incertitudes, la société a poursuivi ses investissements dans plusieurs domaines afin de garantir la meilleure qualité de service aux publics et d'assurer la visibilité de la destination par un marketing adapté. A ce titre quatre actions peuvent être citées :

- . la restauration du salon du port en faveur du tourisme d'affaires, avec le soutien de la Région Pays de la Loire.
- . Une campagne de communication Saint-Nazaire Renversante de révélation de la destination avec pour la première fois une présence à Paris, en gare Montparnasse. Programmée initialement au printemps, elle fut décalée dans les premiers jours de l'été sous forme de triptyque : littoral, ville et nature.
- . Une campagne de communication estivale pour promouvoir les sites de visite sous la forme d'un quadriptyque.
- . Le remplacement du camion PiLOTe de l'Office de Tourisme intercommunal par une Citroën Méhari afin d'assurer une meilleure attractivité et flexibilité en phase avec l'image du territoire.

Préparer l'avenir sur le plan administratif fut également l'enjeu de l'année 2021 en vue du renouvellement de la Délégation de Service Public. Ainsi, un nouveau contrat fut signé entre la CARENE, assurant le rôle de groupement d'autorités concédantes avec la Ville de Saint-Nazaire et la SPL Saint-Nazaire Agglomération, pour une durée de six ans à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2022. Le contenu du contrat est semblable au précédent avec une contribution annuelle des autorités concédantes stable sur la période 2022-2027. En revanche, une enveloppe dédiée aux investissements sera évaluée et garantie annuellement pour assurer le gros entretien à la charge de l'exploitant.

Cette nouvelle Délégation de Service Public fera l'objet d'un nouveau projet d'entreprise en 2022, dont les orientations seront basées sur quatre axes fondamentaux :

- L'adaptation et l'efficacité avec des missions calibrées, évaluées et ajustées en fonction des résultats obtenus et de l'évolution du contexte social, économique et environnemental.
- La citoyenneté en impliquant les habitants et les touristes dans un cercle vertueux.
- Des investissements à vocation durable dans les domaines du patrimoine, des équipements, des services, du marketing, du digital et des ressources humaines.
- Renforcement des synergies endogènes (internes SNAT et actionnaires) et exogènes (avec les territoires les partenaires, les structures et les réseaux).

Le précédent Projet d'entreprise comportait quarante actions. Parmi celles-ci : trente sont opérationnelles ou achevées, neuf sont impulsées et en cours d'achèvement et une a été abandonnée.

Les comptes de la société sont sains. L'exercice 2021 fait apparaître un léger déficit 19.574 €, pour un budget annuel de 6.500.000 €, incluant le mandat de la CARENE à la société pour le programme Espadon.

2021 fut également l'année du changement des certains administrateurs consécutivement aux élections départementales et régionales.

Le patrimoine et le tourisme sont deux sources essentielles au développement et au rayonnement du territoire. Les enjeux nouveaux sont pris en compte, en particulier pour ce qui concerne la protection de l'environnement. Une autre réalité devient préoccupante : la carence de main d'œuvre dans les métiers de l'hôtellerie, de la restauration et dans une moindre mesure du tourisme. Face à cette problématique Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a impulsé une méthode de travail avec les professionnels du secteur et les services d'accompagnement à l'emploi et à l'insertion.

2022 s'ouvre avec de nouveaux et nombreux défis, sources de stimulation pour les équipes.

L'humain est essentiel à la vie structurée et harmonieuse d'une société publique locale. Je souhaite adresser, mes sincères félicitations à l'ensemble des équipes pour l'énergie qu'elles déploient quotidiennement pour valoriser le patrimoine, notre bien commun, et assurer la satisfaction des publics, mes vifs remerciements à tous les administrateurs et censeurs pour leur assiduité et leur implication dans les travaux du Conseil d'administration et enfin toute ma reconnaissance à nos partenaires pour leur engagement à nos côtés.



Céline GIRARD-RAFFIN

# I - Les actions spécifiques à l'année 2021



## 1. La crise sanitaire Covid-19 et ses impacts

Pour la deuxième année, la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a été impactée par la crise sanitaire Covid-19 et en particulier frappée par la fermeture de ses sites en gestion relevant des Etablissements Recevant du Public (ERP) précisément les musées sur l'intégralité du premier semestre 2021.

Dès lors, les dispositions ont été prises pour protéger les personnes (salariés et visiteurs), préserver le modèle économique et anticiper l'avenir. De janvier à juin, les salariés ont bénéficié de trois mesures : le télétravail, l'activité partielle et le présentiel pour assurer les services essentiels en alternance avec le télétravail.

Au cours de cette période, une partie des équipes a été mobilisée sur le chantier de restauration et de valorisation du sous-marin Espadon et la remise en état du kiosque 4 (ancienne librairie) de la base sous-marine pour installer le comptoir des guides et des espaces de travail des salariés.

- Les pertes d'activité :  
Le chiffre d'affaires des billetteries présente, pour l'ensemble de l'exercice, une perte d'activité de six mois correspondant à la période de fermeture imposée par les autorités soit une perte évaluée à 38 % par rapport à un budget non impacté par la crise sanitaire.
- Les dispositions pour la protection du personnel :  
Le personnel a fait l'objet d'une attention toute particulière afin d'éviter la propagation du virus tout en maintenant un lien social. Les outils numériques ont permis l'organisation de visioconférences régulières avec d'une part l'intégralité des représentants du Comité Social Economique et d'autre part avec l'ensemble des salariés.  
Pendant les périodes de confinement ou d'activité partielle, des programmes de formation ont été proposés et financés par le Fonds National de l'Emploi (FNE).
- Les mesures pour préserver l'économie de la structure :  
Les pertes de chiffre d'affaires ont été compensées par une réduction de la masse salariale et par un abondement exceptionnel des contributions de la part de nos collectivités délégantes à hauteur de 176 000 € (avenant n° 3 à la Délégation de Service Public).  
Plusieurs dispositifs au niveau national ont également été sollicités pour faire face à la crise (activité partielle, exonération des charges sociales, aide au paiement des salaires, fonds de solidarité). Au 31 décembre, le montant des aides perçues s'élève à près de 500 000 €.

## 2. Le programme de restauration et de valorisation du sous-marin Espadon

Premier sous-marin visitable de France, ouvert en 1987, le sous-marin Espadon fait partie des collections de l'Écomusée – musée de France. À ce titre, le projet imbrique étroitement la restauration et la valorisation afin que sa préservation aille de pair avec la découverte par le public.

Le projet a permis de repenser le récit, le parcours de visite et d'engager une démarche active de conservation et de connaissance préalable à sa mise en valeur.

- 3 ans d'études, 20 mois de recherches en archives
- 15 anciens sous-marinières contributeurs à la connaissance du sous-marin
- 4 mois et 108 brosses à dents pour l'assainissement intérieur
- 6 mois de préparation du chantier, 6 mois de travaux
- 1 million 350 euros de budget subventionnés à 65 %
- 120 000 euros de contribution citoyenne récoltés grâce à la Fondation du patrimoine
- 72 000 visiteurs payants et gratuits en 6 mois
- 1 projet scientifique, culturel et touristique (PSCT) à 5 ans validé par les autorités de tutelle, en cours d'étude par l'État.

### Les préalables du projet - Rappel

#### Une étude qualitative auprès des publics

Fin 2017, SNAT réalise une étude qualitative auprès des publics dont l'objectif est de cerner les représentations avant et après visite, l'efficacité du récit des audioguides, la perception du sous-marin dans son contexte historique.

> Les résultats montrent qu'un tiers des visiteurs rattachent le sous-marin à la Seconde Guerre mondiale avant la visite, plus aucun après la visite. Le commentaire répond à leurs questions premières et apportent des compléments riches. L'efficacité des contenus est avérée, même si le scénario manque parfois de clarté.

> L'audioguide n'est pas du tout adapté au public enfants, qui comprennent peu ce qui est raconté et qui abandonnent l'écoute très tôt dans leur visite.

#### Le récolement du sous-marin

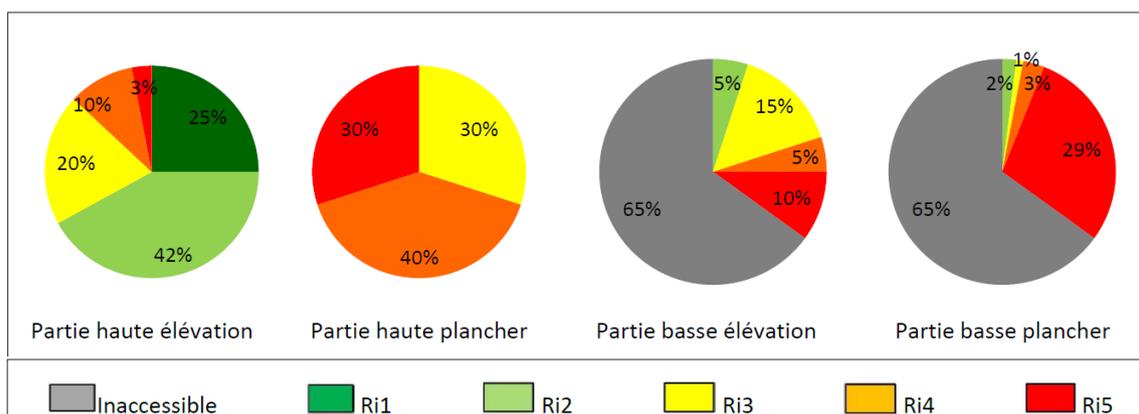
Dès 2017, l'équipe des collections attachée au pôle patrimoine de SNAT s'est attachée à réaliser l'inventaire et le récolement systématique de tous les espaces du sous-marin et de ses constituants.

En parallèle de ce travail, un premier constat d'état détaillé de l'Espadon a été réalisé, espace par espace. En ont découlé deux constats :

- l'inventaire plus que sommaire du sous-marin résultant d'une méconnaissance importante du navire,
- un état de dégradation très avancé de la coque et un encrassement très important de l'intérieur du sous-marin.

#### Les premiers diagnostics

En avril 2019, l'entreprise A-CORROS est sollicitée pour réaliser un diagnostic complet de l'état de conservation du sous-marin. La coque externe a subi une perte importante d'épaisseur, notamment au niveau de la ligne d'eau. La coque interne a, quant à elle, perdu moins d'épaisseur. À l'intérieur, près de la moitié du sous-marin présentait un développement de corrosion, avec 18 % des espaces classés au niveau d'enroulement le plus élevé (Ri5).



Niveaux d'enroulement intérieur du sous-marin Espadon, rapport final d'A-CORROS

L'intérieur du sous-marin était globalement très empoussiéré, avec un encrassement gras important retenant la poussière. Les planchers du massif et de la partie basse étaient très encombrés d'objets et de déchets.

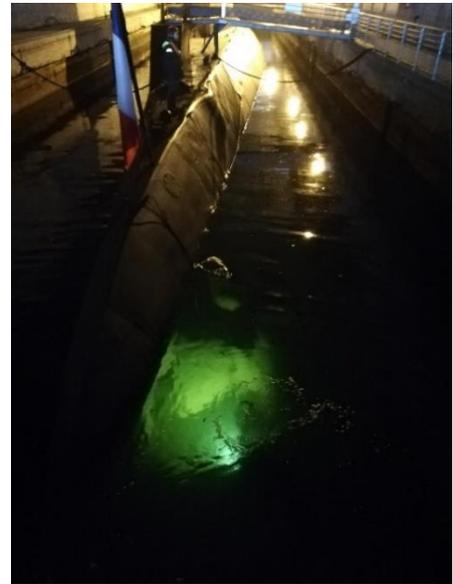
Il a été également relevé la présence de micro-organismes (moisissures), notamment dans les toiles murales enduits des logements.

La présence de plaques métalliques, de PVC ou de Linoleum sur les planchers a favorisé des phénomènes de microclimat, accélérateurs des phénomènes de corrosion.

Pour compléter le premier diagnostic d'A-CORROS, une équipe de plongeurs a été missionnée en **janvier 2020**, pour réaliser une inspection vidéo de la coque et rechercher des désordres de corrosion. Ils ont réalisé une campagne de mesures d'épaisseurs résiduelles de coque externe immergée, sur 60 points. Ce diagnostic révélait que les parties visibles des œuvres vives du sous-marin étaient globalement en bon état général de conservation. Les épaisseurs résiduelles de coque étaient constantes et homogènes. Enfin, cette inspection a révélé la présence de 2 300 m<sup>3</sup> de vase en fond d'alvéole.

En **février 2020**, des prélèvements sont réalisés à l'intérieur pour analyser les peintures. Sur 100 points de contrôle, 4 ont révélé la présence de plomb : sur des vannes jaunes et sur une peinture vert foncé. Ces analyses ont été confirmées par des relevés par pistolet analyseur de plomb, réalisées en **juin 2020**.

Les analyses de moisissures n'ont pas révélé d'infestation active.



Les plongeurs de la société *Alpha et Co* réalisant la vidéo des eaux vives

### *Les études et les recherches*

En parallèle des études liées à l'état de cet objet hors norme, sont menées deux types d'explorations :

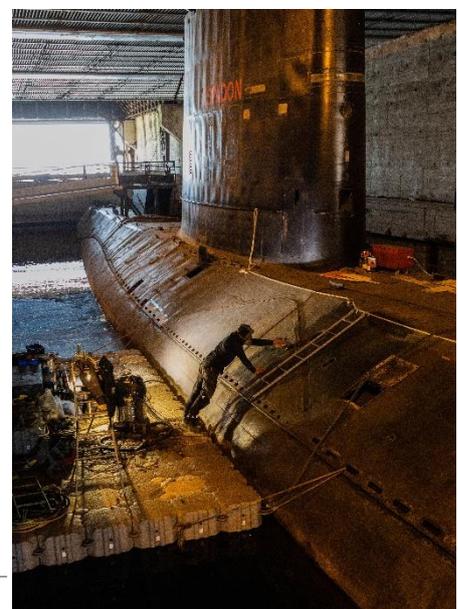
- Des recherches en archives menées par une historienne des sciences et des techniques, afin d'obtenir une meilleure connaissance de l'histoire et du fonctionnement du sous-marin. La première mission de 2018 s'est prolongée en **2021** par des recherches complémentaires afin d'accompagner le projet scénographique : iconographies, approche des missions de renseignement du sous-marin, identification d'organes techniques...
- Une étude muséographique par l'équipe SNAT incluant un parangonnage avec les autres sous-marins visitables de France, un état des lieux des forces et faiblesses de la visite, un positionnement clair et affirmé autour de la mission sous la banquise de 1964, un synopsis pour la visite et pour le récit à renouveler.

### **La phase opérationnelle en 2021, du côté de la restauration**

#### *Le carénage partiel*

Confiée aux Chantiers de l'Esclain, sous le contrôle d'A-Corros, agréé musée de France, la restauration de la coque externe a duré 5 mois. Brossage, élimination de la corrosion, remplacement de tôles, protection anti-corrosion, remise en peinture en constituent les principales étapes.

L'installation d'une protection cathodique efficiente viendra compléter courant 2022 la restauration du sous-marin afin de protéger la partie immergée.



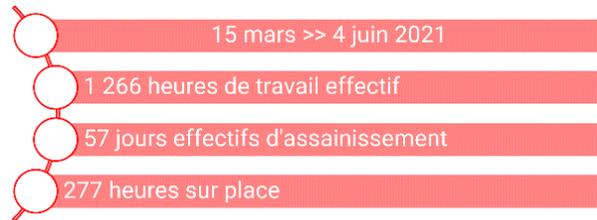
Carénage de la coque externe – 9 avril 2021 –  
Photographe M.Leduc

### Le chantier d'assainissement intérieur

Les objectifs de cette partie du chantier étaient multiples :

- désencombrement des espaces,
- dépoussiérage, assainissement et nettoyage intérieur,
- intervention ponctuelle de remise en peinture,
- inventaire de l'ensemble des éléments conservés dans le sous-marin et renouvellement des items exposés.

Une équipe dédiée de 4 personnes, en renfort des deux personnes de l'équipe des collections, a été recrutée dès le mois de mars. Selon un protocole testé avec certains membres de l'Association Générale des Amicales de Sous-Marinières en janvier 2020, l'équipe a réalisé l'assainissement intérieur, en procédant par sous-espaces de travail, toujours du plafond vers le parquet, selon un quadrillage des espaces prédéfinis.

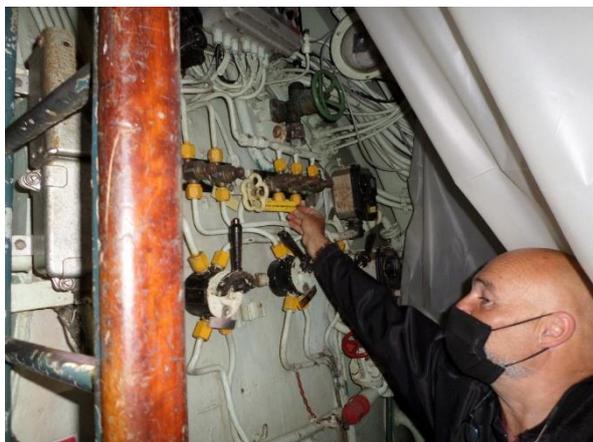


### L'assainissement de l'Espadon



En parallèle de l'assainissement intérieur, l'équipe a réalisé l'inventaire systématique de tous les éléments conservés à l'intérieur du sous-marin.

229 éléments ont ainsi été portés à l'inventaire des collections d'étude (103 éléments textiles, 59 éléments 2D et 67 objets 3D).



Thierry Rocher, ancien sous-marinier, membre de l'AGASM, remplace un écriteau en tranche torpilles – 7 juin 2021



Prises de vue des éléments conservés au sous-marin – avril

Tous les éléments détachés retrouvés dans le sous-marin lors des opérations de nettoyage ont également été répertoriés : 402 éléments ont été listés, dont 81 ont pu être replacés dans le sous-marin, avec l'aide d'anciens sous-marinières de l'AGASM.

### *La restauration par un groupement des restaurateurs agréés musées de France*

Un groupement d'experts-restaurateurs agréés musées de France a été mobilisé pour la purge et le traitement de la corrosion, la restauration ponctuelle de matériel spécifique, par typologie de matériaux :

- deux restaurateurs plastiques et matériaux composites,
- une restauratrice cuir, bois et matériaux organiques,
- quatre restaurateurs spécialisés dans les métaux.

Leurs interventions ont été réparties en plusieurs phases :

- En avril 2021, une première phase en avril a permis d'établir un constat d'état détaillé de l'ensemble des espaces du sous-marin et d'établir un plan d'action et d'intervention. Des premiers tests ont été réalisés pour les futurs traitements.
- En juin 2021, une seconde phase a permis de prendre en charge les interventions évaluées comme prioritaire (dites P1). Un protocole pour enlever les anciens éléments de signalétique a été établi pour permettre l'intervention de l'équipe d'assainissement. En parallèle, des tests et des préconisations pour le traitement des sols en PVC ont été définis. L'équipe SNAT a été formée à leur mise en œuvre.
- En décembre 2021, les restaurateurs ont réalisé les interventions de priorité P2. Cette phase a permis d'établir un diagnostic plus complet de l'état des sols, notamment en tranche torpilles.

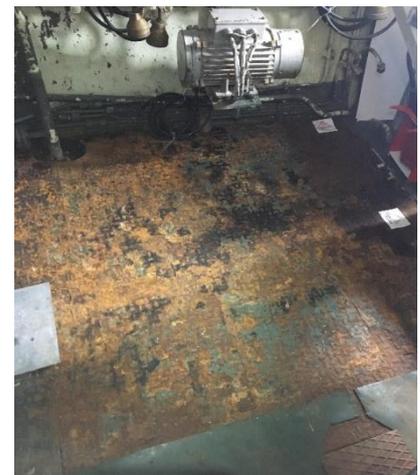


Traitement d'une assise en similicuir par François Duboisset – 9 juin 2021



Sondage réalisé sur le sol des torpilles – 14 décembre 2021

- En janvier 2022, les restaurateurs métaux sont de nouveau intervenus pour les priorités P3. Cette phase a permis le traitement anti-corrosion des dessous. Le sol des torpilles, ainsi que des trappes corrodées ont été traités à l'occasion, en collaboration avec l'équipe des collections.



Sol corrodé de la tranche torpilles - janvier 2022

Enfin à l'interface de la conservation et de la valorisation, des nouvelles mises à distance transparentes et unifiées ont été conçues sur mesure et mises en place à l'intérieur du sous-marin. Elles permettent de protéger les espaces ou les matériels, d'assurer la sécurité des visiteurs tout en offrant de meilleurs points de vue sur les locaux clos et en intégrant les éléments de signalétique, ce qui évite de les coller intempestivement sur les parois du sous-marin.

## La phase opérationnelle en 2021, du côté de la valorisation

Le parcours de visite a été entièrement repensé par les équipes de SNAT afin de répondre au triple objectif d'offrir plus de points de vue sur le sous-marin, de développer un nouveau récit scientifiquement vérifié et d'augmenter la fréquentation.

Grâce à la création d'une passerelle à la proue du sous-marin et d'un ponton flottant, le public fait désormais le tour du sous-marin environné par des sons suggestifs et évocateurs qui se prolongent à l'intérieur. La projection très grand format d'un film composé d'images d'archives, dont celles de la mission vers la banquise de 1964 inédites, apporte le contexte historique. Un *motion design* projeté sur le massif révèle les organes techniques (périscopope, fosse de veille, schnorchel, aériens, etc) qui y sont dissimulés.



Photographe M.Leduc

À l'intérieur, une très grande attention a été portée au rééquilibrage des éclairages, aux sons d'évocation des activités à bord, à la lisibilité et à la visibilité des espaces, notamment par une accessoirisation raisonnée et maîtrisée, et à la corrélation entre ce qui est sous les yeux des visiteurs et le récit délivré par les audioguides.

Des casques audioguides autonomes et semi-ouverts diffusent le nouveau récit alliant compréhension des fonctions du sous-marin et mission vers la banquise. Écrits par l'équipe SNAT, avec l'accompagnement de Kidklik – réseau social spécialiste des activités et sorties en famille, un scénario adulte, en suivant Marc le reporter, et un scénario enfants, avec Jean le Bidou, répondent désormais aux attentes du public familial très nombreux. Ils sont disponibles en huit langues.



Photographe D. Gallard

La visite adaptée au public empêché (claustrophobes, PMR) a fait l'objet d'une démarche de recherche et développement pour aboutir à un dispositif innovant, qui met en lien tout au long du parcours la personne restant sur le quai avec son accompagnant – visiteur.

Enfin, des ressources complémentaires éditorialisées ont été mises en ligne dans une rubrique dédiée sur le site [www.saint-nazaire-musees.com](http://www.saint-nazaire-musees.com) : prolongement de l'expérience de visite, expo photo, vidéo, frises chronologiques, collections autres...

## Le succès au rendez-vous

Le sous-marin, dans cette nouvelle configuration a été inauguré par le maire président, M. David Samzun et le sous-préfet de Saint-Nazaire, M. Michel Bergue, en présence des nombreux partenaires, le 7 juillet 2021.



Inauguration du sous-marin Espadon – 7 juillet 2021 - Photographe M.Leduc

Table ronde et discours inauguraux. De gauche à droite : Tiphaine YVON Responsable Pôle patrimoine SNAT, Agathe DOUFLIS Chargée des collections SNAT, Guillaume JACQUEMIN Directeur artistique Buzzing Light, Dominique GOUJON ancien sous-marinier, Philippe BOULLAY Délégué Fondation du patrimoine, Philippe BILLANT Total Energies, Pierre SABOURAUD SNAT, Céline GIRARD-RAFFIN Présidente SNAT, David SAMZUN Maire Président Saint-Nazaire & agglo, Lydie MAHE Vice-Présidente CD 44, Michel BERGUE Sous-Préfet. Photos © Martin LAUNAY, Jérôme BOSGER, Maelwenn LEDUC



En 6 mois d'ouverture, le sous-marin a accueilli 72 000 visiteurs, 65 000 payante et 7 000 gratuits (ce qui montre la part importante du visitorat famille), plus qu'à son ouverture en 1987 sur le même laps de temps.

Les Journées du patrimoine, les 18 et 19 septembre, l'ont mis à l'honneur : visites guidées par d'anciens sous-marinières, exposition photographique sur le chantier de restauration, ateliers en famille...

Les retombées médias sont très importantes localement et sur le plan national. Ce chantier atypique et le renouvellement de la visite ont suscité un véritable engouement de la presse écrite et audiovisuelle (voir rubrique Marketing – relations avec la presse).

La restauration et la valorisation de l'Espadon sont portées par :



saint-nazaire  
REVERSANTE®



Maître d'ouvrage :



Avec le soutien financier de :



### 3. Les campagnes de communication

En 2021, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a porté, sous la marque Saint-Nazaire Renversante, deux grandes campagnes de communication qui se sont déployées dans le paysage urbain :

#### >> Une campagne de promotion de la destination

- **Quoi** : des visuels impactants composant un triptyque valorisant 3 atouts de la destination, la dimension urbaine et patrimoniale, le littoral, la nature.
- **Quand** : au printemps. Le contexte COVID nous a imposé de reporter en juin cette campagne initialement prévue en avril.
- **Où** : Saint-Nazaire, presqu'île guérandaise, Sud Loire, Nantes, Rennes, Paris Montparnasse
- **Le nombre de faces au total** : 752 (cumul des formats et des réseaux, dont réseaux mis à disposition gracieusement par la ville).
- **Des dispositifs différenciants** : les sas d'entrées et de sorties de l'aéroport de Nantes, la ligne 1 du tram nantais, 3 toiles géantes dans la gare Montparnasse, du mobilier digital dans le centre-ville de Rennes.



Affichage gare Montparnasse



Affichage Rennes



Affichage Saint-Nazaire



Affichage aéroport de Nantes



Affichage tram de Nantes

## >> Une campagne de promotion des sites de visite

- **Quoi** : 4 visuels forts pensés tout particulièrement pour séduire les familles en séjour sur le territoire, assurant la promotion de nos 4 sites de visite : Escal'Atlantic, le sous-marin Espadon, l'Ecomusée, EOL Centre éolien.
- **Quand** : au cœur de l'été, pendant les vacances de Toussaint et pendant les vacances de Noël. Une campagne spécifiquement dédiée à l'Espadon a été mise en place pour accompagner sa réouverture fin juin-début juillet.
- **Où** : Saint-Nazaire, presqu'île guérandaise, Sud Loire, Nantes, TER Pays de la Loire.
- **Le nombre de faces au total** : 1 370 (cumul des formats et des réseaux, dont réseaux mis à disposition gracieusement par la ville).
- **Des dispositifs différenciants** : hall nord de la gare de Nantes, TER



Affichage gare de Nantes



Affichage gare de Nantes



Affichage Saint-Nazaire

## 4. Exposition photo en plein-air à Saint-André-des-eaux

Afin d'apporter une attractivité au Bureau d'Information Touristique de Saint-André des Eaux, une exposition estivale est proposée chaque été sur un thème lié au territoire. Pour la première fois en 2022, la commune de Saint-André des Eaux a souhaité étendre l'exposition sur le site de Chaussée neuve dans le cadre d'une nouvelle politique événementielle.

Ainsi, l'exposition estivale « Figures de Brière » s'est déroulée intra et extra muros.

Grâce à la gracieuse collaboration de Cyrille PAWLOSKI, photographe industriel à la base, le portrait de femmes et d'hommes de Brière ont été affichés en grand.

L'objectif était la mise en lumière des certains acteurs leviers du territoire briéron qui par leurs activités contribuent au rayonnement du Parc naturel régional de Brière. Pris dans leur atelier, leur ferme, leur cuisine ou en plein cœur du marais, ces clichés révélaient un geste, un savoir-faire, une tradition, un visage.

L'exposition s'est tenue de juillet à fin août 2021 dans la salle du Parvis et a accueilli près de 700 personnes. Le site de la Chaussée neuve a joué les prolongations jusqu'à fin octobre.



*La Chaussée Neuve*



*Cyrille PAWLOSKY*

## 5. Le processus de reconduction de la Délégation de Service Public

Le principe de la délégation de service public pour la mise en œuvre des missions de l'Office de Tourisme Intercommunal de la CARENE, l'exploitation des équipements touristiques d'intérêt communautaire, la mise en valeur et la conservation du patrimoine de la Ville de Saint-Nazaire, incluant la gestion de l'Ecomusée de Saint-Nazaire a été validé par le conseil communautaire en date du 30 mars 2021 et le conseil municipal en date du 26 mars 2021.

Il convient de rappeler que cette DSP est conclue de manière conjointe entre la Ville de Saint Nazaire et la CARENE et qu'une convention de groupement d'autorités concédantes a été conclu par délibération du conseil municipal en date du 26 mars 2021 et par décision du président de la CARENE le 15 avril 2021, nommant la CARENE coordonnateur du groupement et autorisée à ce titre à signer le contrat de DSP pour le compte de la Ville de Saint Nazaire et à suivre la totalité de la procédure. S'agissant d'un contrat *in house* avec une Société Publique Locale aucune mesure de publicité ni de mise en concurrence n'a été effectuée. La date limite de remise de l'offre finale a été fixée au 1<sup>er</sup> septembre 2021.

Avis de la commission de Délégation de Service Public en date du 1<sup>er</sup> juillet 2021

*« La commission de Délégation de Service Public, régulièrement constituée, s'est réunie le 1<sup>er</sup> juillet 2021 et a constaté la réception de l'offre de la SPL Saint Nazaire Tourisme et Patrimoine, comme attendue. Cette société répondant de par son statut, aux exigences relatives aux garanties professionnelles et financières, du respect des obligations d'emploi des travailleurs handicapés prévue aux articles L5212-1 à L5212-4 du code du travail et de l'aptitude à assurer la continuité du service public et l'égalité des usagers devant le service public.*

*La commission a procédé à l'ouverture de l'offre de la SPL SNAT et a constaté la grande qualité de l'offre reçue, sa conformité et sa recevabilité. Elle a également évoqué la qualité de service du travail accompli par SNAT depuis sa création. L'ensemble des éléments demandés dans le cahier des charges ont été remis par SNAT.*

*La commission qualifie l'offre comme performante et a néanmoins souhaité que des précisions et améliorations soient apportées. Ainsi, trois réunions de négociation ont eu lieu afin d'affiner l'offre : le 8 juillet 2021, le 20 août 2021 et le 25 août 2021. Ces 3 réunions de négociation ont permis d'affiner l'offre et de répondre de manière performante aux besoins des entités concédantes. »*

Conclusion :

Le nouveau contrat reprend toutes les missions existantes en les précisant et en les adaptant au contexte actuel, tant en ce qui concerne les compétences de la Ville que celles de la CARENE. L'offre remise a été jugée de grande qualité et des réponses précises ont été apportées aux questions posées. Le contrat mis au point doit ainsi permettre d'atteindre les objectifs posés tant eu matière d'accueil et de promotion touristique, d'exploitation des équipements communautaires et de conservation et valorisation du patrimoine de la Ville. Certains points ont ainsi pu être clarifiés quant aux attentes vis-à-vis du délégataire, notamment en matière d'ingénierie touristique, tout en renvoyant à d'éventuels avenants si le contenu des missions venait à évoluer (ex : gestion du site de Rozé, mise en œuvre du Centre d'information sur l'art et le patrimoine - CIAP - et du label Ville d'Art et d'Histoire...).

La négociation a permis de revoir à la hausse les objectifs de fréquentation, pour atteindre une augmentation moyenne de 1 % par an, conduisant ainsi à modifier l'équilibre économique de la concession. Malgré une augmentation régulière des charges courantes, pour prendre en compte l'inflation, il n'est pas proposé d'augmentation tarifaire sur la durée de cette délégation de service public. Conformément au contrat, les autorités concédantes pourront le cas échéant approuver une modification des tarifs par délibérations de leurs organes délibérants. Par ailleurs, le Délégataire devra rechercher une optimisation permanente de ses charges dans le cadre d'une démarche de performance, partagée lors du dialogue annuel avec les autorités concédantes.

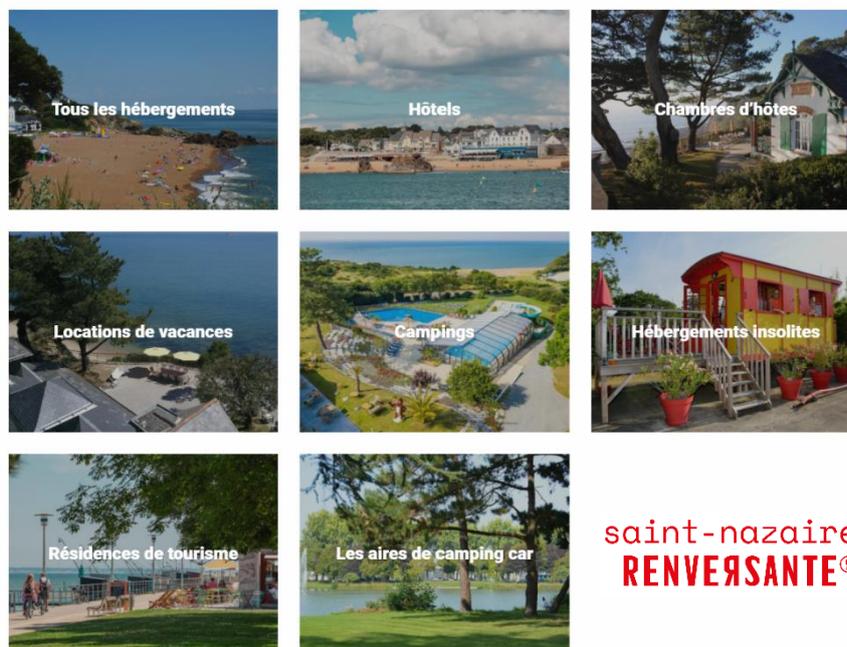
Eu égard à ces éléments et aux obligations de service public fixées, le niveau de la contribution des autorités concédantes a été stabilisé au montant annuel de 2,652 M€. La redevance prévue à hauteur de 400 000 € hors révision n'a pas été modifiée.

Enfin, sur la base d'un dialogue annuel, les autorités concédantes pourront attribuer au délégataire une subvention d'investissement pour les dépenses de « gros entretien renouvellement » à sa charge, ce mécanisme permettant d'optimiser l'équilibre économique du contrat.

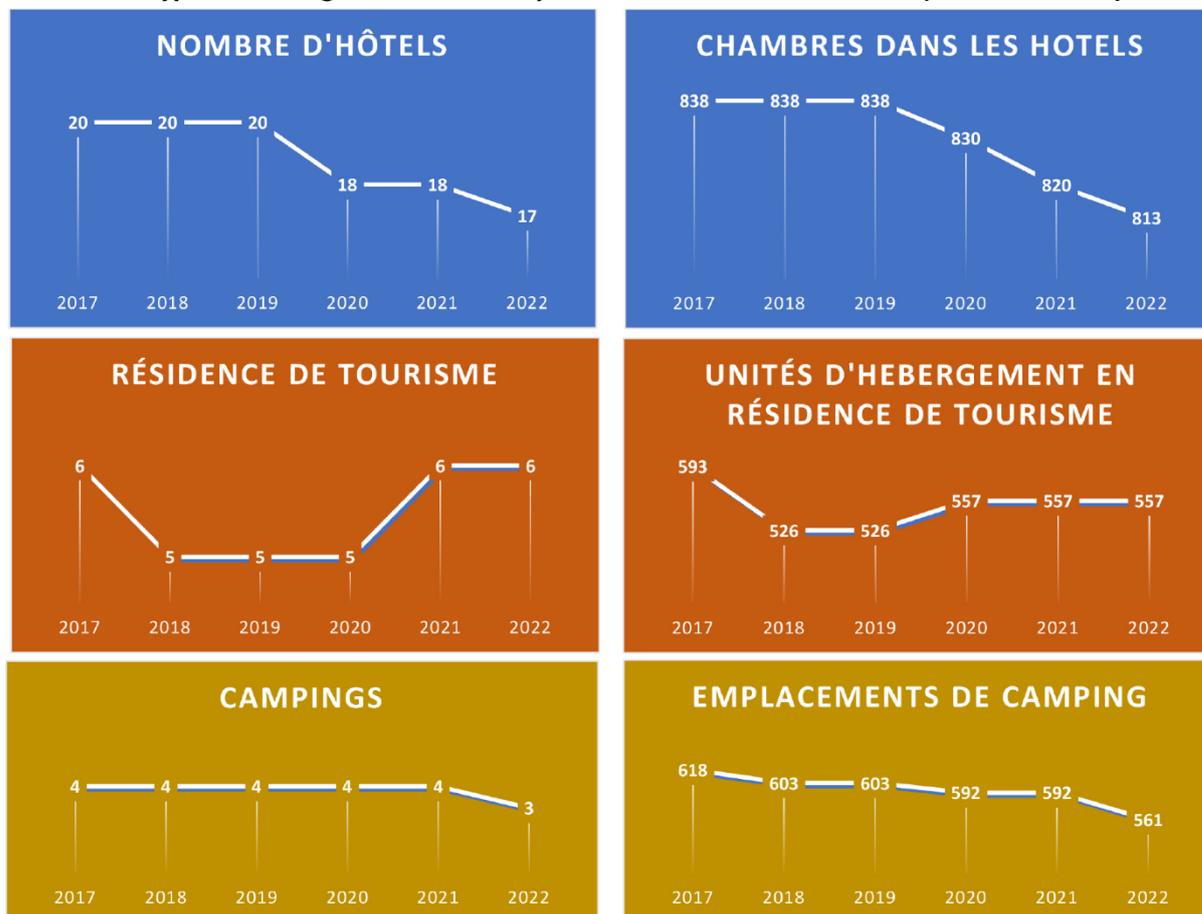
Le contrat a été signé le 10 novembre 2021 après validation le 21 septembre 2021 par le Conseil d'administration de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme et le 28 septembre 2021 par le Conseil communautaire de la CARENE.

## 6. Tableau de bord des indicateurs touristiques

### 6.1 Evolution du parc des hébergements marchands

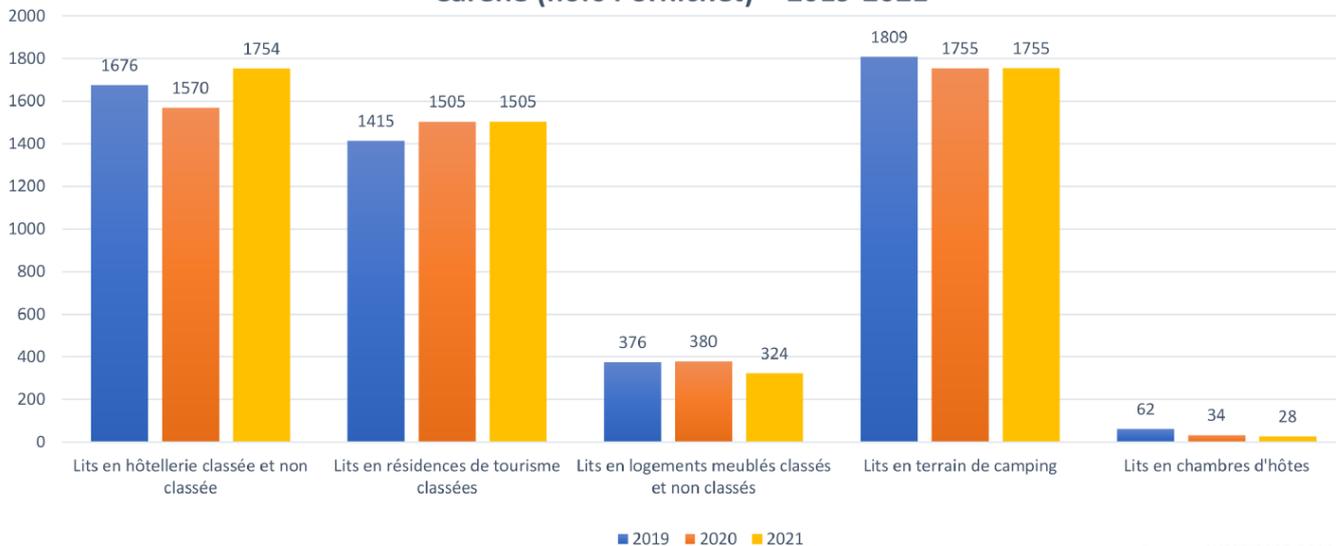


#### Evolutions des types d'hébergements touristiques marchands sur la CARENE (hors Pornichet) - 2017-2022

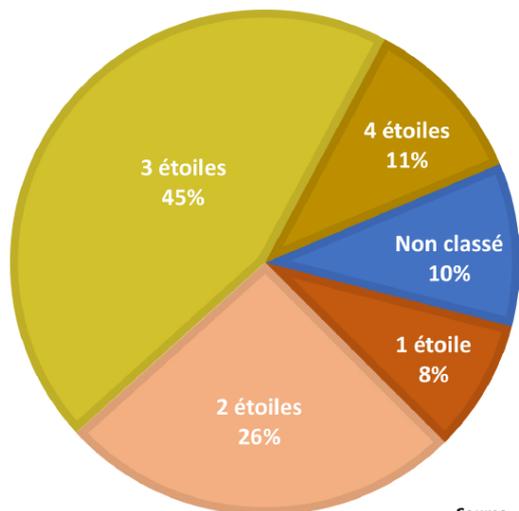


Sources : INSEE, Établissements d'hébergements touristiques - 2017-2022

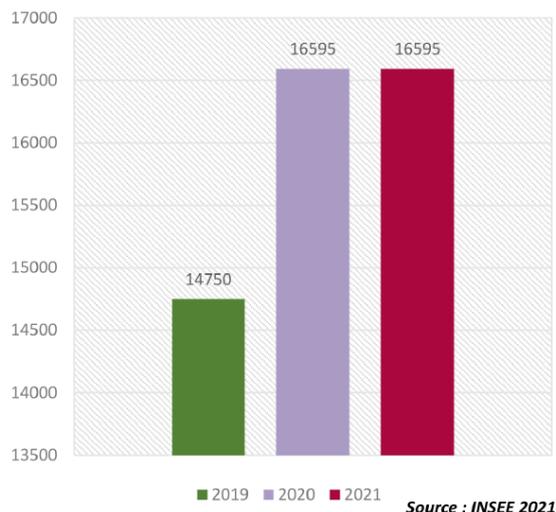
### Evolution de la capacité des hébergements touristiques en lits marchands Carène (hors Pornichet) - 2019-2021



### RÉPARTITION DES LITS HÔTELIERS PAR CATÉGORIE DE CLASSEMENT EN 2021 SUR LE TERRITOIRE DE LA CARÈNE (HORS PORNICHET)



### LITS EN RÉSIDENCES SECONDAIRES (HÉBERGEMENT NON MARCHAND) SUR LE TERRITOIRE DE LA CARENE (HORS PORNICHET)



## 6.2 Evolution des nuitées recensées pour le calcul de la taxe de séjour à Saint-Nazaire (tout hébergement marchand) :

2021 : 333 747 nuitées

2020 : 258 503 nuitées

2019 : 354 240 nuitées

Il est à noter qu'à partir de 2019 les plateformes (Airbnb, Booking, Aritel, ...) prélèvent directement la taxe de séjour pour le compte des hébergeurs et reversent les sommes de manière globalisée aux collectivités, sans précision du volume de nuitées.

### Répartition des nuitées par type d'hébergement (Source : Ville de Saint-Nazaire).

Ville de Saint-Nazaire - Service Ingénierie financière fiscalité

#### BILAN DE LA TAXE DE SEJOUR DECLAREE ET PAYEE PAR AN PAR CATEGORIE D'ETABLISSEMENT ET PAR CLASSEMENT

Année	Aire de camping cars	camping	ch hôtes	HÔTELS						MEUBLES						RESIDENCES				Total nuitées
				NC	1*	2*	3	4*	total hôtels	NC	1*	2*	3*	4*	total meublés	NC	2*	3*	total résidences	
2015			76	3742	5631	9 208	35 859	0	54 440	2 898	198	120	227		3 443		30 841	47 301	78 142	136 101
2016			850	8633	2905	20 118	80 404	0	112 060	11 702	547	147	1 554		13 950	20 636	65 848	75 836	162 320	289 180
2017		25 822	624	6112		32 571	74 131	10 384	123 198	17 817	830	80	2 078		20 805	61	60 899	134 778	195 738	366 187
2018		34 081	1 618	3189		40 015	73 153	26 633	142 990	27 777	1 781	239	1 241	1 032	31 038	4 867	70 744	128 433	204 044	413 771
2019		47 734	647	341	2536	30 626	72 081	22 178	127 762	14 178	769	887	364	161	16 198	1 129	54 701	106 069	161 899	354 240
2020		39 589	750	36	1691	20 083	45 549	13 280	80 639	31 020	908	1 443	2 193	277	35 841	78	25 853	75 753	101 684	258 503
2021	1640	33 841	125		1631	22 585	63 116	17 591	104 923	34 664	951	1 826	1 304	394	39 139	118	54 921	99 040	154 079	333 747

NC =établissement non classé

### 6.3. Observation des flux touristiques via Orange Flux vision

Dans le cadre du contrat de destination Bretagne Loire Océan avec le Conseil régional de Bretagne, un dispositif d'observation des flux touristiques sur le territoire de l'Agglomération de Saint-Nazaire est établi avec la solution Orange Flux Vision Tourisme. L'analyse des données est opérée par l'Office de Tourisme de La Baule - Presqu'île Guérande. Le financement est assuré par la CARENE.



Etude cofinancée par Loire Atlantique Développement, le Conseil Régional de Bretagne et 8 partenaires de la Destination Bretagne Loire Océan



Traitement et analyse réalisés par l'Observatoire de l'Office de Tourisme La Baule - Presqu'île de Guérande

Contact : Marion BAHIN – Chargée d'études Observatoire marion.bahin@labaule-guerande.com

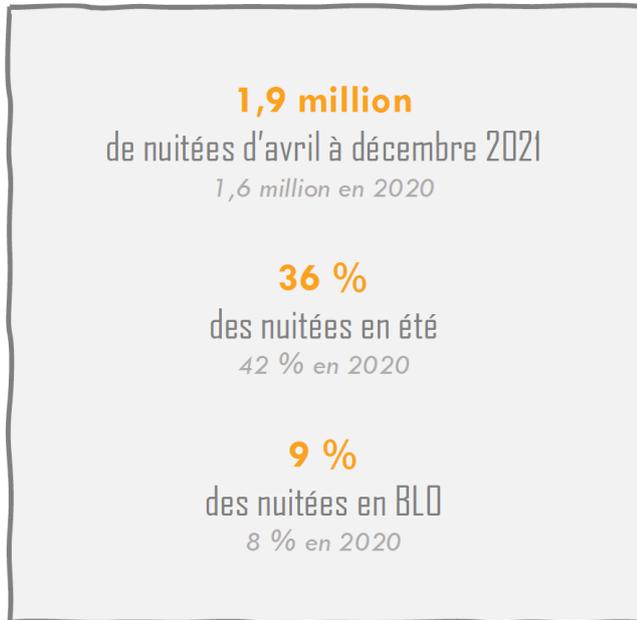


Office de Tourisme Intercommunal La Baule - Presqu'île de Guérande  
8 Place de la Victoire 44500 LA BAULE  
Téi 02 40 24 34 44

# LES NUITÉES TOURISTIQUES

saint-nazaire  
agglomération  
TOURISME®

## FRÉQUENTATION



## CLIENTÈLE



Flux Vision Tourisme Orange - Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande



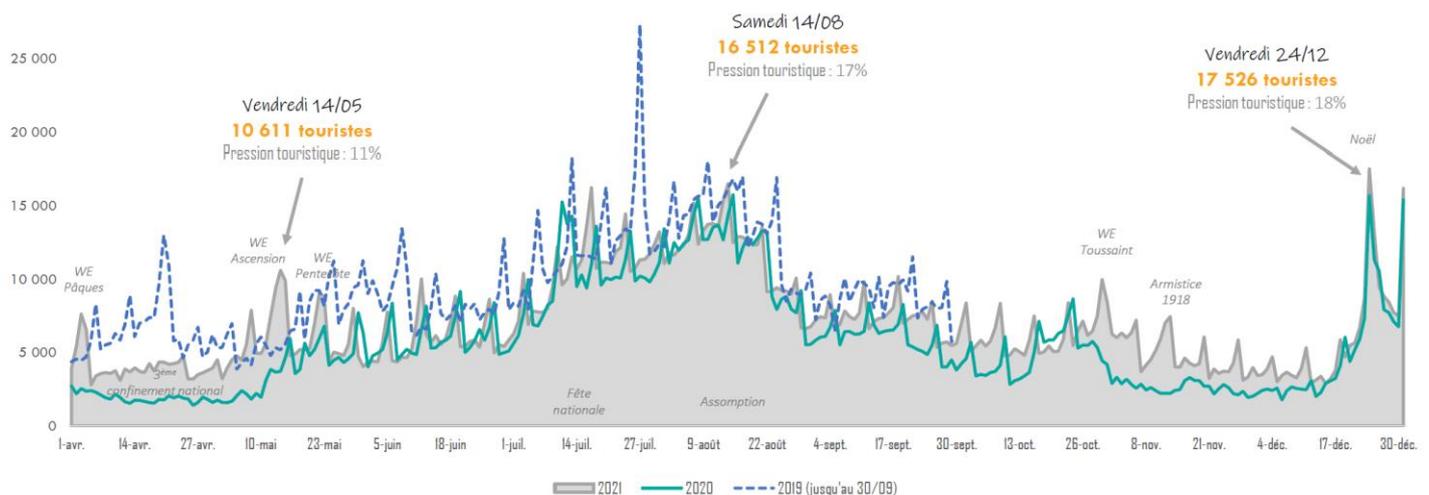
La notion de nuitées prend ici en compte le tourisme en hébergements marchands (hôtels, campings, locations de vacances...) et non marchands (famille, amis, résidences secondaires...)

# ÉVOLUTION DES NUITÉES

saint-nazaire  
agglomération  
TOURISME®



L'avant saison a été marquée par un nouveau confinement entre le 3 avril et le 3 mai, ce qui impacte la fréquentation touristique. Ensuite, on observe des pics de fréquentation lors des week-ends et des jours fériés. Le volume total des nuitées est supérieur à celui observé l'an passé (+20%).



Source : Flux Vision Tourisme Orange - Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande



Pression touristique : apport de population supplémentaire par rapport à la population habituelle

# LA PRÉSENCE EN JOURNÉE DES EXCURSIONNISTES



## FRÉQUENTATION



## CLIENTÈLE



Source : Flux Vision Tourisme Orange - Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande



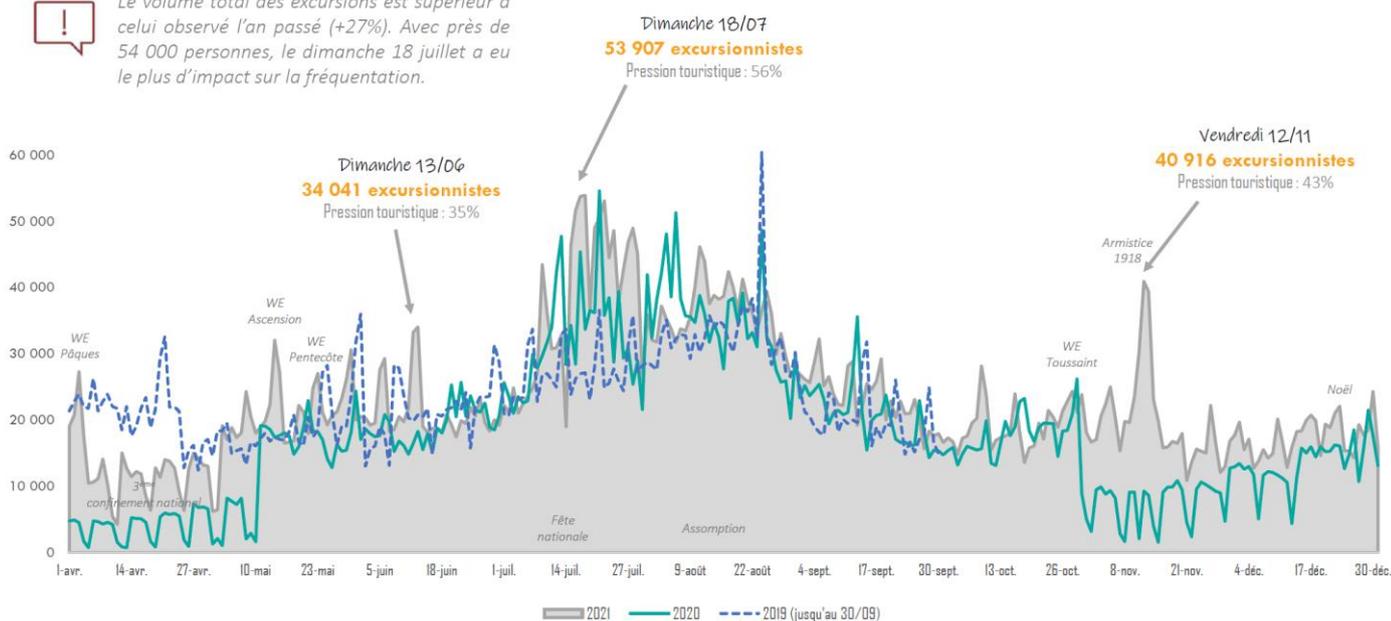
La notion d'excursions concerne les personnes effectuant un déplacement de plus de 2h sur la zone d'observation et ne réalisant pas de nuitée

5

# ÉVOLUTION DES EXCURSIONS



Le volume total des excursions est supérieur à celui observé l'an passé (+27%). Avec près de 54 000 personnes, le dimanche 18 juillet a eu le plus d'impact sur la fréquentation.



Source : Flux Vision Tourisme Orange - Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande



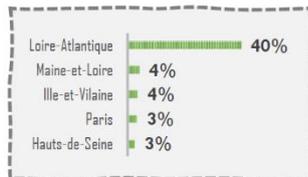
Pression touristique : apport de population supplémentaire par rapport à la population habituelle

6

## PROVENANCE DES TOURISTES

**saint-nazaire**  
agglomération  
**TOURISME®**

Saison 2021  
(avril à décembre)



Volume des clientèles françaises du 1<sup>er</sup> avril au 31 décembre

1,5 million de nuitées en 2021  
1,4 million de nuitées en 2020



La région Pays de la Loire reste en tête quel que soit le mois de l'année observé.

Volume des clientèles étrangères du 1<sup>er</sup> avril au 31 décembre

400 000 nuitées en 2021  
200 000 nuitées en 2020



Sur les deux mois d'été, la clientèle allemande représente 1 touriste étranger sur 5.



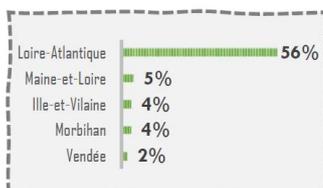
Saison 2021  
(avril à décembre)

Source : Flux Vision Tourisme Orange - Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande

## PROVENANCE DES EXCURSIONNISTES

**saint-nazaire**  
agglomération  
**TOURISME®**

Saison 2021  
(avril à décembre)



Volume des clientèles françaises du 1<sup>er</sup> avril au 31 décembre

6,1 millions d'excursions en 2021  
4,85 millions d'excursions en 2020



La région Pays de la Loire reste en tête quel que soit le mois de l'année observé.

Volume des clientèles étrangères du 1<sup>er</sup> avril au 31 décembre

200 000 excursions en 2021  
150 000 excursions en 2020



Sur les deux mois d'été, la clientèle allemande représente 1 excursionniste étranger sur 4.



Saison 2021  
(avril à décembre)

: Flux Vision Tourisme Orange - Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande

8

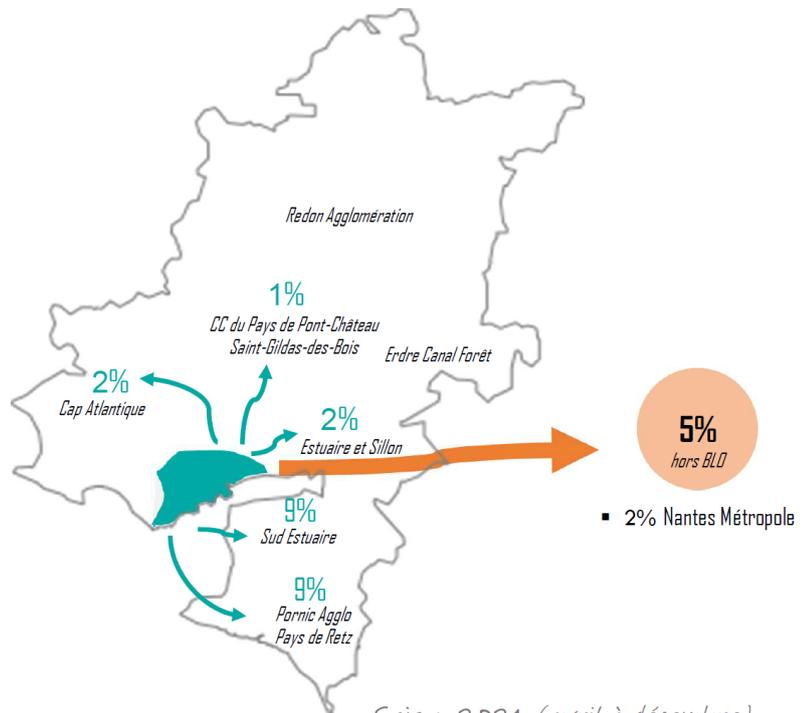
## OÙ VONT LES TOURISTES EN EXCURSIONS ?

**69%** des déplacements de touristes de **Saint-Nazaire** sont réalisés sur la zone d'hébergement

Les communes les plus visitées

1. SAINT-NAZAIRE	52%
2. LA PLAINE-SUR-MER / SAINT-MICHEL-CHEF-CHEF	8%
3. SAINT-BREVIN-LES-PINS	4%

Après Saint-Nazaire, c'est le littoral Sud Loire qui attire le plus les touristes de Saint-Nazaire : 9% des déplacements ont lieu vers Pornic Agglomération Pays de Retz et 9% dans la CC Sud Estuaire.



Saison 2021 (avril à décembre)

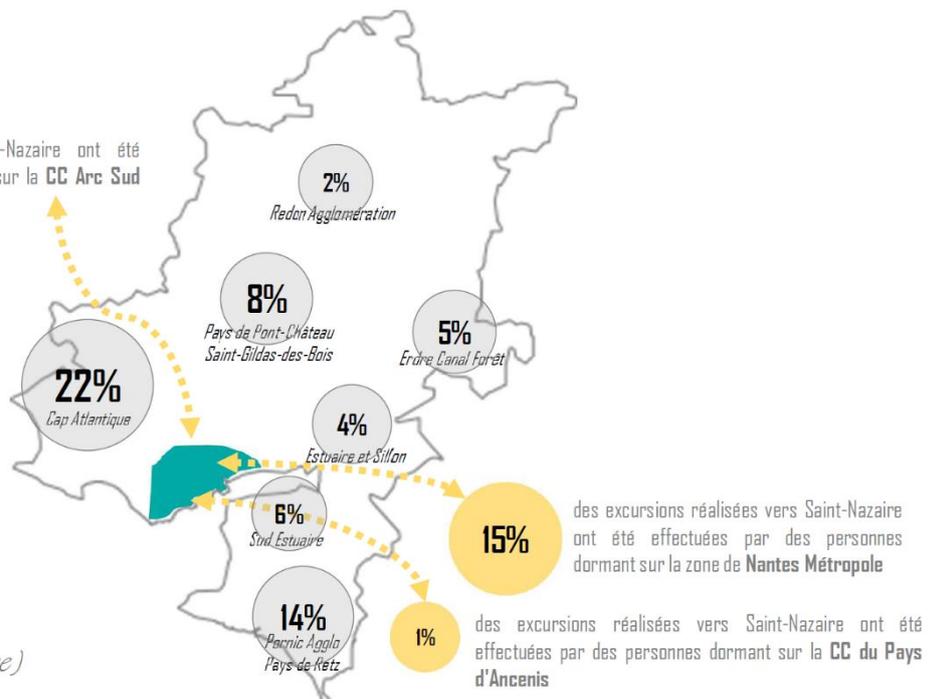
Source : Flux Vision Tourisme Orange - Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande

## D'OÙ VIENNENT LES EXCURSIONNISTES ?

**2%** des excursions réalisées vers Saint-Nazaire ont été effectuées par des personnes dormant sur la **CC Arc Sud Bretagne** (secteur de Muzillac)

Top 3 des communes d'origine

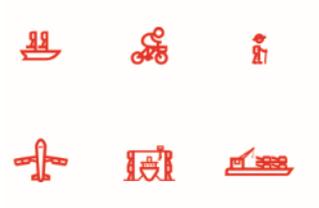
1. NANTES	7%
2. LA PLAINE-SUR-MER / SAINT-MICHEL-CHEF-CHEF	6%
3. GUERANDE	5%



Saison 2021 (avril à décembre)

Source : Flux Vision Tourisme Orange - Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande

# II - Les informations requises par la DSP



## 1. Le projet d'entreprise - suivi des actions mises en œuvre

### Suivi synthétique de la mise en œuvre des actions du Projet d'entreprise de la SPL SNAT 2019 – 2021



Tableau récapitulatif des 40 actions et niveau de mise en œuvre

Achevées ou opérationnelles	Impulsées ou non achevées	Non engagée ou abandonnée
30	9	1

Dernière mise à jour : 22.XI.2021

Ingénierie au service du territoire		
1	Coopération avec les territoires limitrophes : Bretagne Plein Sud, Bretagne Loire Océan, Voyage à Nantes	3 coopérations impulsées, contractualisées et avec un plan d'actions.
2	Ingénierie touristique pour le territoire, Rozé et Brière, Saint-Nazaire (saison touristique, ...)	Une dizaine de missions mises en œuvre.
3	Laboratoire et observatoire des indicateurs, des clientèles et de l'innovation	Action impulsée à structurer.
4	Démarches qualité	Tous les sites et visites labellisés et l'Office de Tourisme sont Qualité Tourisme. 6 sites Accueils vélo. 2 sites Tourisme & Handicap. Obtention de la dénomination Commune touristique pour Saint-Nazaire.
5	Sites ouverts à la demande	Action impulsée avec dispositif régional Résolutions et abandonnée

Offre de services transversaux		
6	Développement du tourisme d'agrément et du tourisme d'affaires par une agence de voyages territoriale	Structuration et organisation mutualisée des services avec numéro d'opérateur de voyages Atout France.
7	Une offre de découverte élargie : nouvelles visites patrimoniales ou industrielles ou visites existantes diversifiées	Déploiement de nouvelles visites dans les quartiers de Méan, Saint-Marc, centre-ville, des monuments comme église Sainte-Anne. Obtention de la carte nationale de guide pour les visites VA&H. Déploiement de visites « nature » en Brière.
8	Services pour le tourisme itinérant	Mise en place du Groupe Qualité des circulations douces et déploiement de la marque Accueil vélo.
9	Politique de publication d'ouvrages et d'éditions grand public	Action impulsée et à développer.

Marketing   Digital   Communication pour le territoire, les sites gérés et le patrimoine		
10	Stratégie marketing nationale et internationale	Stratégie de fidélisation et de conquête des clientèles de proximité et française par des opérations croisées de communication traditionnelle et numérique sous la marque Saint-Nazaire Renversante.
11	Communication : nouvel univers	Positionnement et traduction de celui-ci par la marque Saint-Nazaire Renversante.
12	L'art de la narration ou du story-telling pour séduire, convaincre et fidéliser	Action mise en œuvre dans la stratégie de déploiement de la marque Saint-Nazaire Renversante.  Coopération avec les territoires limitrophes et les partenaires institutionnels départementaux et régionaux sur le storytelling.
13	Le digital au service des publics avant, pendant et après la visite	Intégration d'une stratégie de production et de diffusion de contenus à forte valeur ajoutée à partir de deux sites saint-nazaire-tourisme.com et saint-nazaire-musees.com adossés aux réseaux sociaux.  + de 350.000 visiteurs uniques en 2021.
Office de Tourisme intercommunal (Objectif Qualité Tourisme et classement catégorie I)		
14	Schéma d'Accueil et d'Information touristiques	Schéma d'accueil ajusté en fonction des flux constatés. Présence du hors les murs sur l'ensemble des communes de la CARENE. Remplacement du camion PiLOTe par une méhari.
15	Offres de services de l'Office de Tourisme	Développement d'une boutique pour des achats de topoguides et autres articles de promotion de la destination, ainsi que la vente d'articles utiles comme les timbres postaux.
16	Accueil de paquebots de croisière	Entre 12 et 2 navires de croisières accueillie chaque année. Adhésion au Club croisière et SNAT est membre du bureau de Club.
17	Comité consultatif des acteurs du Tourisme	Mis en place et animation du Comité consultatif dénommé Les Renversant.e.s, sur la base de 4 ateliers de travail. Entre 2 et 6 réunions annuelles.

Investissements dans les équipements et les aménagements		
18	Centre éolien en mer	Conception, réalisation et exploitation d'EOL ouvert en 2019. 36.000 visiteurs en 1 <sup>ère</sup> année.
19	Escal'Atlantic, une expérience de visite unique à renouveler	Ajustement des dispositifs de médiation. Création d'animations culturelles. Expérimentation d'un Escape game en 2019.
20	Sous-marin Espadon, de la conservation d'un objet collections du Musée de France à la valorisation auprès des publics	Conception et réalisation du programme de restauration et de valorisation du sous-marin Espadon, rouvert en juillet 2021. Action menée avec succès, dans un délai contraint de 6 mois pendant la crise sanitaire. 57.000 visiteurs de juillet à novembre 2021, soit plus de 50 % de la fréquentation annuelle habituelle.
21	Terrasse panoramique de l'écluse fortifiée	Action impulsée à coupler avec la mission d'accessibilité sous maîtrise d'ouvrage CARENE.
22	Des réserves muséales, un espace de conservation dynamique à créer	Action impulsée, sous réserve d'intégration au projet stratégique de la Ville de Saint-Nazaire.
23	(ÉCO)MUSÉE – Musée de France® : pour donner à comprendre le territoire et la société au fil du temps	Actualisation permanente minimum des contenus. Le projet d'envergure est lié au projet stratégique de la Ville de Saint-Nazaire.
24	Plan de rénovation des équipements : Escal'Atlantic, kiosques, Office de Tourisme et billetterie principale	Action impulsée et intégrée au programme d'étude de l'ADDRN sur le pôle urbain du Ruban bleu au Petit Maroc.
25	Le salon du port, un espace d'accueil du tourisme d'affaires	Salon totalement rénové et rouvert en 2021 avec un soutien financier de la région à hauteur de 38.000 €.
26	Des hébergements insolites : nuit dans le sous-marin, sous les étoiles, ...	Action abandonnée.
27	Les boutiques, un centre de profit	Rénovation de la boutique de l'écluse fortifiée. Définition d'une nouvelle stratégie de ligne de produits. Formation des équipes au merchandising et à la relation avec les clients. Augmentation de 30% en moyenne du chiffre d'affaires.
28	Bateau électrique de liaison entre base sous-marine et écluse fortifiée	Action étudiée et abandonnée en raison de la crise sanitaire et du programme Espadon fortement mobilisateur des équipes sur une échéance courte de 6 mois.

Patrimoine : entre transmission, culture et tourisme		
29	Projet des publics du patrimoine	Mission menée en interne et parallèlement contribution de SNAT au dossier Ville d'Art et d'Histoire (VA&H).
30	Action culturelle et pédagogique   Agenda patrimoine	Remplacement d'Agenda patrimoine par Saison patrimoine. Programmation culturelle et ludique pour tous les publics. Plus de 10.000 visiteurs annuels.
31	Action culturelle et pédagogique   Action éducative	Actions menées notamment dans le cadre des PEAC notamment. Plus de 150 interventions en année normale, représentant près de 3.000 élèves.
32	Patrimoine et numérique : un axe de développement prioritaire	Création puis animation du site saint-nazaire-musees.com en 2019.
33	Ville d'Art et d'Histoire : accompagnement de la Ville	Signature de la convention Ville d'Art et d'Histoire (VA&H) en 2020 entre la Ville et le Ministère de la Culture.
34	Parcours de découverte de Saint-Nazaire (Ligne bleue)	Projet transformé en parcours imprimé « L'art en ville ».
35	Une politique globale de conservation des collections et fonds patrimoniaux	Mise en place d'un plan de traitement du retard pris au cours des 20 dernières années.

	Ressources humaines   Finances   Fonctions support	
36	Les Ressources Humaines (RH), clef de voûte du fonctionnement	Mise en place d'une politique de dialogue et de confiance avec les salariés et les Instances représentatives du personnel : management, implication, valorisation salariale.
37	Plan de formation des personnels	Plan de formation annuel en cours de transformation en plan pluriannuel.
38	Administration digitale	Mise en place de la dématérialisation de la facturation, des bulletins de paie.
39	Diversification des financements	Politique d'identification et de sollicitation des leviers disponibles avec succès pour le salon du Port (38.000 € obtenus auprès de la région) et le programme de restauration et de valorisation du sous-marin Espadon (sous maîtrise d'ouvrage CARENE) près de 900.000 € obtenus auprès de l'Etat, la Région, le Département et la Fondation du patrimoine sur un total d'1,35 M€.  Salon du
40	Flotte de véhicules	Remplacement complet de la flotte de véhicules à moteur en 2018 et 2019.  Intégration à la flotte de vélo électriques, triporteur, trottinettes électriques.

## 2. Les données d'exploitation sur le visitorat des équipements (nombre d'entrées par activité, par tarif, par origine, par période de l'année...) et au nombre de visiteurs recensés sur le territoire

Dans la lignée de l'année 2020, la fréquentation de 2021 des sites et lieux de visite de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a été fortement et inéluctablement impactée par le contexte sanitaire. Le calendrier d'ouverture des sites validé par le Conseil Communautaire prévoyait 279 jours d'ouverture au public en 2021. Seuls 152 jours d'ouverture au public ont pu être proposés. Après un peu plus de 6 mois de fermeture à la suite du 2<sup>nd</sup> confinement lié à la pandémie, les visites d'Escal' Atlantic, de l'Ecomusée de Saint Nazaire, des Chantiers de l'Atlantique et de la Base sous-marine ont été planifiées chaque week-end du mois de juin, puis le calendrier initial a été partiellement respecté à compter du 1<sup>er</sup> juillet. Partiellement, car les horaires de la saison estivale ont été modifiés et réévalués dans le cadre d'une phase test liée à des modifications de comportement et d'achat de nos visiteurs. Ainsi, durant la saison estivale, les sites de visite étaient ouverts au public de 10h à 20h du samedi au mardi, et de 10h à 21h du mercredi au vendredi.

Au cours des 152 jours d'ouverture au public, 194 984 visiteurs ont été accueillis pour découvrir ou redécouvrir l'offre touristique et patrimoniale de Saint Nazaire Renversante, soit 40 % de visiteurs supplémentaires par rapport à l'année 2020 (150 jours d'ouverture). Le public accueilli a été majoritairement et largement composé de visiteurs dits « individuels » puisque la fréquentation des groupes n'a représenté qu'à peine 9 % de la fréquentation totale.

Les protocoles d'exploitation qui avaient été définis dans le cadre du Plan de Reprise d'Activité de mai 2020 ont été poursuivis, ajustés et mis à jour au gré des différentes mesures gouvernementales. Les différentes mesures sanitaires « habituelles » (gel hydroalcoolique, port du masque, distanciation physique...) ont donc été appliquées et parfaitement bien respectées par notre public, au même titre que la mise en application du pass sanitaire pour l'ensemble de notre offre à partir du mercredi 21 juillet. Le principe d'exploitation permettant la visite des sites Escal'Atlantic, sous-marin Espadon, EOL centre éolien et Ecomusée de Saint-Nazaire sur créneaux de réservation avec jauges a également été poursuivi et ajusté afin d'augmenter notre capacité d'accueil par rapport à sa mise en place initiale en 2020. Le succès de ce modèle en termes d'exploitation, de gestion de flux, de capacité d'accueil, de satisfaction du public et d'expérience de visite est ainsi plus en adéquation avec nos objectifs qualitatifs et quantitatifs. Conservé, ce modèle d'exploitation sera encore amélioré en 2022 pour permettre un meilleur équilibre économique voire un dépassement des objectifs (hausse des jauges).

**Deux thématiques indissociables de l'exploitation des sites de visite doivent être mentionnées : la qualité et la sécurité.**

### . La qualité

> Toutes les visites Saint-Nazaire Renversante disposent du label Qualité Tourisme.

### . La sécurité

- > Escal'Atlantic, ERP\* de types Y, L, M et N, et de 2<sup>ème</sup> catégorie,
- > L'Ecomusée, ERP\* de types Y, S et L, et de 4<sup>ème</sup> catégorie,
- > L'écluse fortifiée, ERP\* de types Y et M, et de 5<sup>ème</sup> catégorie,

⇒ Tous ces ERP\* ont un avis favorable d'exploitation par la Commission Communale de Sécurité.

\* ERP : Etablissement Recevant du Public



### **Nouveautés 2021 marquantes pour le Pôle Exploitation et Gestion de sites :**

#### **Le sous-marin Espadon, restauration, réaménagement scénographique et public au rendez-vous !**

Après plus de 6 mois de travaux et l'inauguration officielle du mercredi 7 juillet, le sous-marin Espadon, véritable emblème touristique de Saint Nazaire depuis plus de 30 ans, a rouvert ses portes au public le samedi 10 juillet 2021. L'expérience de visite a été réinventée et le public a répondu présent. En moyenne, au cours de la saison estivale, ce sont plus de 930 personnes par jour qui ont visité le sous-marin Espadon (et 22 journées ont affiché un taux de remplissage de 100%). La visite n'a eu de cesse de battre des records de fréquentation depuis sa réouverture et plus de 72 000 visiteurs ont découvert ou redécouvert ce site touristique unique, preuve de la réussite du projet. Sur la base d'une année d'exploitation dite normale, le record de fréquentation de 2003 (99 000 visiteurs) aurait été dépassé. L'année 2022 sera-t-elle l'année de tous les records pour le sous-marin Espadon ?

#### **Le Salon du Port, restauration, réaménagement scénographique et satisfaction au rendez-vous !**

Depuis l'ouverture d'Escal' Atlantic en avril 2000, l'espace de réception attenant au circuit scénographié et donnant sur le bassin principal du Port de Saint-Nazaire n'avait pas été rénové. Profitant de la fermeture des sites lors du second confinement, d'importants travaux de renouvellement et de réaménagement ont été entrepris afin de proposer un nouvel écrin à notre public « Affaires ». A la hauteur du prestige des paquebots les plus luxueux, l'univers complet de l'espace a été revu (mur, sol, plafond), ainsi que la mise en lumière, les dispositifs sonores et les sanitaires. Une estrade garantissant des règles de sécurité adaptées à la coactivité (agrément et affaires) a été créée et elle abrite astucieusement l'ensemble des dispositifs permettant la tenue de réunions/séminaires (grand écran déroulant, système de visiophonie pour groupes, pc portable, télécommande...). Enfin, pour compléter ces travaux, de nouveaux mobiliers (chaises, tables, nappes, portants, totems lumineux) ont été choisis en adéquation avec l'esprit et l'univers du Salon du Port.



## Focus sur le tourisme d'affaires en 2021

**33 événements** de tourisme d'affaires ont été organisés en 2021 (+ l'organisation de l'inauguration du sous-marin Espadon Jour J et soirée de remerciements des prestataires ayant travaillé sur la rénovation), contre 54 événements en 2019. Le chiffre d'affaires réalisé (visites incluses) est de 92 879.28 € HT contre 262 071 € HT en 2019.

La baisse et l'absence d'activité sont liées en premier lieu à une reprise des événements qu'à partir de juin, pour se terminer début décembre, en raison de la COVID-19 et des mesures sanitaires restrictives prises par le Gouvernement.

En 2019, sur cette période, nous avons fait 34 événements soit 159 426.23€HT.

Le Chiffre d'affaires a également baissé avec la remise à plat des tarifs événementiels.

Marge en 2021 : 38 685.45€

Marge en 2019 : 122 869€

Au cours de la période d'ouverture, des entreprises ont donné la priorité aux petits événements (- de 50 personnes) de type séminaires exclusivement. Reprise des événements plus importants et soirées à partir des mois d'octobre et novembre.

La clientèle est essentiellement locale mais à noter le retour d'une clientèle Parisienne (avec agence).

### Chiffres et détails :

. **Plus de 536 clients accueillis** dont une grande partie a visité : Escal'Atlantic 300 pers., Espadon 20 pers., EOL 100 pers., Chantiers de l'Atlantique 167 pers, Base sous-marine : 49 pers.

. **Les clients fidèles** : Institutions en majorité (CARENE/VILLE, ADDRN, Nantes St Nazaire Développement, Solutions & Co), GIST, les Chantiers de l'Atlantique, Manpower, IUT. Clientèle principalement de Loire-Atlantique.

. **Les événements emblématiques** : Inauguration du sous-marin Espadon.

. **Gratuités des concessionnaires** pour la location du salon du port d'Escal'Atlantic : la Ville de Saint-Nazaire et la CARENE ont utilisé 7 gratuités du quota annuel (10) et les Chantiers de l'Atlantique 3 gratuités du quota annuel (3).

. **Rapprochement avec la SPL Pornichet la Destination** : Formation Story Telling

. **Engagement plus marqué avec le Bureau des Congrès de Nantes St Nazaire** : présence aux gouvernances stratégiques, techniques et communication + suivi de formations comme celles sur la RSE (4 journées de formation prévues).



## La fréquentation des sites et des visites 2021

La fréquentation totale de 2021 atteint 194 984 visiteurs, soit 56 % des objectifs initiaux 2021 inscrits dans le Projet d'entreprise. La fréquentation réalisée du 5 juin au 31 décembre 2021 inclus correspond à 82,6 % de l'objectif global réajusté pour l'année 2021.

### FREQUENTATION PAYANTE 2021

	JANVIER			FEVRIER			MARS			AVRIL			MAI			JUIN			JUILLET			AOÛT			SEPTEMBRE			OCTOBRE			NOVEMBRE			DÉCEMBRE			TOTAL		
	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020	Obj. 2021	Réal. 2021	Réal. 2020			
Escal'Atlantic	961		614	2 412		4 014	2 211		1 137	6 778			3 664			3 383	1 579	684	11 315	12 420	8 179	20 241	18 626	12 685	3 128	4 973	3 567	5 113	4 796	5 301	2 307	3 584	-	1 394	2 424	-	62 907	48 402	36 181
Espadon			884			5 209			1 123								996	16 557	18 446	11 048	24 475	26 445	14 449	5 114	5 055	3 755	6 927	7 034	5 670	2 558	5 313	-	2 278	3 231	-	57 909	65 524	43 134	
Ecomusée	309		167	895		1 167	803		297	2 558			1 271			1 370	268	133	3 826	2 571	1 935	6 752	4 420	3 697	1 242	736	644	1 669	726	1 098	440	635	-	353	498	-	21 488	9 854	9 138
Centre éolien Eol	134		239	1 644		1 710	1 669		316	3 600			1 462			4 882	2 992	2 445	8 220	5 427	4 541	1 614	1 195	736	2 354	1 283	1 625	694	1 003	-	605	552	-	28 509	12 452	11 782			
Chantiers navals	510		377	1 816		1 899	1 749		1 197	3 750			2 403			1 979	685		7 870	6 174	3 637	7 460	8 996	6 008	1 380	4 991	2 168	2 440	3 583	2 507	559	2 386	-	794	1 120	-	32 710	27 935	17 793
Airbus	171		134	372		1 363	343		-	1 411			872			798			3 436	1 291	707	2 739	2 062	512	295	889	526	478	1 157	718	78	655	-	199	626	-	11 192	6 680	3 960
Grand Port				5		221	6		31	47			26			25	90		30	257	216	35	339	304	31	325	218	116	222	284	11	131	-	14	139	-	346	1 503	1 274
Croisières																			2 212	1 539	1 510	2 157	2 624	2 336	-												4 369	4 163	3 846
Base sous-marine						7				67			76			69	127		194	189	361	208	174	746	142	50	54	61	64	200		64	-	-	-	-	824	668	1 361
Tumulus																			650	540		1 050	993														1 700	1 533	-
Visites patrimoine	5					9				177						25			136	147	291	102	276	438	-	42	40	51	22		117	31	-	80	-	622	598	769	
Visites OT						21				17			17			16	5		303	35	96	327	71	82	13	3	30						5	-	719	114	208		
Visites pédas																23																					53	171	
<b>TOTAL</b>	2 090	-	2 415	7 144	-	15 583	6 818	-	4 101	18 405	-	-	9 791	-	-	9 296	2 777	1 983	51 411	46 601	30 425	73 766	70 453	45 798	12 959	18 259	11 786	19 209	18 887	17 526	6 764	13 802	-	5 642	8 700	-	223 295	179 479	129 238
ECART OBJ/REAL 2021	-		2 090	-		7 144	-		6 818	-			18 405	-		9 791	-		6 519	-		4 810	-	3 313	12 959	18 259	11 786	19 209	18 887	17 526	6 764	13 802	-	5 642	8 700	-	223 295	179 479	129 238
ECART REAL 2021/REAL 2020			2 415	-		15 583	-		4 101	-			-			794			794			16 176		24 655	12 959	18 259	11 786	19 209	18 887	17 526	6 764	13 802	-	5 642	8 700	-	223 295	179 479	129 238

### FREQUENTATION GRATUITE 2021

	JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE	TOTAL GRATUIT	TOTAL GRATUIT + PAYANT
Escal'Atlantic						118	643	1072	483	279	185	237	3017	51419
Espadon							2755	1455	1408	438	338	300	6694	72218
Ecomusée						46	209	341	619	189	164	107	1675	11529
Centre éolien Eol							412	1008	142	115	92	73	1842	14294
Chantiers navals						13	78	126	192	112	52	31	604	28539
Airbus							28	2	24	23	16	14	107	6787
Grand Port						12	2	11	21			8	109	1612
Croisières							73	138		51	4		211	4374
Base sous-marine								10					256	924
Tumulus						1	18	59	192	3	2		269	1802
Visites patrimoine							27	70	121		439	9	701	1299
Visites pédas													0	53
Autres visites						1	3	16					20	20
<b>TOTAL</b>	0	0	0	0	0	191	4248	4308	3442	1245	1292	779	15505	194870
<b>TOTAL GENERAL (payant + gratuit)</b>	0	0	0	0	0	2968	50849	74761	21701	20132	15094	9479		<b>194 984</b>

## COMPARATIF DE FREQUENTATION PAYANTE - Du 1er juillet au 31 août

	2021			2020			2019		
	Visiteurs payants	Visiteurs gratuits	TOTAL	Visiteurs payants	Visiteurs gratuits	TOTAL	Visiteurs payants	Visiteurs gratuits	TOTAL
<i>Escal' Atlantic</i>	31 046	1 715	<b>32 761</b>	20 864	1 109	<b>21 973</b>	31 760	2 348	<b>34 108</b>
<i>Sous-marin Espadon</i>	44 891	4 210	<b>49 101</b>	25 497	1 032	<b>26 529</b>	40 828	2 281	<b>43 109</b>
<i>Eol centre éolien</i>	8 419	1 420	<b>9 839</b>	6 986	366	<b>7 352</b>	13 102	986	<b>14 088</b>
<i>Ecomusée de Saint-Nazaire</i>	6 991	550	<b>7 541</b>	5 632	277	<b>5 909</b>	10 578	664	<b>11 242</b>
<i>Chantiers de l'Atlantique</i>	15 170	204	<b>15 374</b>	9 645	128	<b>9 773</b>	15 720	352	<b>16 072</b>
<i>Airbus Saint-Nazaire</i>	3 353	30	<b>3 383</b>	1 219	21	<b>1 240</b>	6 641	106	<b>6 747</b>
<i>Grand Port Maritime</i>	596	13	<b>609</b>	520	7	<b>527</b>	74	1	<b>75</b>
<i>Croisières</i>	4 163	211	<b>4 374</b>	3 846	203	<b>4 049</b>	4 655	282	<b>4 937</b>
<i>Base sous-marine</i>	363	10	<b>373</b>	1 107	25	<b>1 132</b>	366	18	<b>384</b>
<i>Un Tour de SN en 90'</i>	128	25	<b>153</b>	341	22	<b>363</b>	121	7	<b>128</b>
<i>Visites patrimoine</i>	295	72	<b>367</b>	388	99	<b>487</b>	19	695	<b>714</b>
<i>Tumulus</i>	1 533	77	<b>1 610</b>	-	-	-	1 722	78	<b>1 800</b>
<i>Visites nature/OT</i>	106	19	<b>125</b>	178	2	<b>180</b>	168	37	<b>205</b>
<b>TOTAL</b>	<b>117054</b>	<b>8 556</b>		<b>76223</b>	<b>3 291</b>		<b>125754</b>	<b>7 855</b>	
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>125 610</b>			<b>79 514</b>			<b>133 609</b>	

La saison estivale 2021 est l'une des 4 plus fréquentée depuis l'année 2000 après les saisons estivales 2003, 2019 et 2015.

L'ouverture en continu de 10h à 20h du samedi au mardi et de 10h à 21h du mercredi au vendredi explique la différence de fréquentation avec la saison 2020 où nos sites n'étaient ouverts au public que de 10h à 13h et de 14h à 19h. Le succès de l'ouverture plus tardive est tout de même à relativiser car le public n'était pas au rendez-vous des créneaux entre 20h et 21h. **Les sites étaient de nouveau accessibles sur réservation, avec des créneaux de visite limités à des jauges définies, supérieures à celles de 2020.**

Ce modèle d'exploitation a rencontré un franc succès tant auprès du public que des collaborateurs de SNAT (satisfaction du public, expérience de visite renforcée, gestion des flux performée, sécurité sanitaire optimisée, taux de remplissage satisfaisant...). Ce modèle est donc dorénavant déployé tout au long de l'année.

**saint-nazaire**  
**RENVERSANTE®** *Fréquentation payante - Saint Nazaire Renversante - Vacances de la Toussaint*

	2021	2020	2019	Ecart 2021-2019	Evolution 2021-2019 en %
Escal' Atlantic	5 422	4 170	6 184	- 762	-14%
Sous-marin Espadon	8 350	4 745	6 775	1 575	19%
Eol centre éolien	1 677	1 272	2 385	- 708	-42%
Ecomusée de Saint-Nazaire	1 191	930	1 789	- 598	-50%
Chantiers Navals	2 188	1 499	2 779	- 591	-27%
Airbus	750	512	1 254	- 504	-67%
Grand Port Maritime	77	162	205	- 128	-166%
Visites Patrimoine	158	273	293	- 135	-85%
<b>TOTAL</b>	<b>19813</b>	<b>13563</b>	<b>21664</b>	<b>-1851</b>	<b>-9%</b>

**saint-nazaire**  
**RENVERSANTE®** *Fréquentation payante - Saint Nazaire Renversante - Vacances de Noël*

	2021	2020	2019	Ecart 2021-2019	Evolution 2021-2019 en %
Escal' Atlantic	2 220	-	1 293	927	42%
Sous-marin Espadon	2 944	-	2 003	941	32%
Eol centre éolien	505	-	529	- 24	-5%
Ecomusée de Saint-Nazaire	481	-	335	146	30%
Chantiers Navals	813	-	786	27	3%
Airbus	408	-	364	44	11%
Grand Port Maritime	62	-	16	46	74%
Visites Patrimoine	-	-	-	-	
<b>TOTAL</b>	<b>7433</b>	<b>0</b>	<b>5326</b>	<b>2107</b>	<b>28%</b>

**VENTILATION DES VENTES PAR CANAL POUR LA CLIENTELE INDIVIDUELLE - DU 1er JANVIER AU 31 DECEMBRE**

Produit de visite	Canal de vente																			
	Guichet					Téléphone					Internet					Revendeurs				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Escal' Atlantic	86,21%	82,19%	89,56%	37,56%	48,65%	2,04%	1,64%	0,70%	9,81%	7,17%	6,04%	10,62%	5,74%	46,07%	39,12%	5,71%	5,55%	4,00%	6,56%	5,06%
Sous-marin Espadon	90,17%	90,30%	91,59%	39,30%	38,93%	0,83%	0,35%	0,26%	9,57%	8,23%	3,93%	4,85%	4,44%	43,84%	47,70%	5,07%	4,50%	3,71%	7,29%	5,14%
Ecomusée	87,73%	85,51%	90,45%	63,10%	64,46%	0,97%	0,60%	2,38%	8,47%	9,45%	4,85%	8,12%	4,20%	24,43%	24,53%	6,45%	5,77%	2,97%	4,00%	1,56%
Eol			91,43%	49,63%	53,54%			1,47%	10,37%	10,93%			4,95%	33,66%	32,90%			2,15%	6,34%	2,63%
Pass Port	86,30%	85,02%	84,55%			0,87%	0,58%	0,32%			5,58%	8,05%	9,36%			7,25%	6,35%	5,77%		
<b>MOYENNE GENERALE SITES DE VISITE</b>	<b>87,60%</b>	<b>85,76%</b>	<b>89,52%</b>	<b>47,40%</b>	<b>51,40%</b>	<b>1,18%</b>	<b>0,79%</b>	<b>1,03%</b>	<b>9,56%</b>	<b>8,95%</b>	<b>5,10%</b>	<b>7,91%</b>	<b>5,74%</b>	<b>37,00%</b>	<b>36,06%</b>	<b>6,12%</b>	<b>5,54%</b>	<b>3,72%</b>	<b>6,05%</b>	<b>3,60%</b>
Chantiers Navals	17,56%	15,24%	11,99%	9,32%	9,37%	20,29%	16,45%	13,41%	11,43%	11,48%	50,61%	54,57%	63,51%	68,70%	67,45%	11,54%	13,74%	11,09%	10,55%	11,70%
Airbus	11,29%	11,06%	9,38%	3,46%	7,04%	20,64%	18,75%	14,93%	12,90%	13,72%	57,58%	58,37%	65,43%	75,97%	71,10%	10,49%	11,82%	10,26%	7,67%	8,14%
Grand Port Maritime	20,00%	14,17%	7,07%	10,12%	7,27%	18,60%	16,41%	15,15%	16,03%	13,51%	56,75%	56,37%	59,60%	63,92%	65,28%	4,65%	13,05%	18,18%	9,93%	13,94%
Croisière	40,61%	35,20%	30,08%	22,63%	21,64%	22,05%	13,34%	12,43%	12,15%	12,20%	21,60%	34,09%	45,68%	53,99%	47,70%	15,74%	17,37%	11,81%	11,23%	18,46%
Visites patrimoine	37,21%	37,51%	23,15%	21,92%	9,19%	19,75%	22,24%	20,95%	21,34%	9,44%	42,16%	33,37%	50,69%	55,26%	72,92%	0,88%	6,88%	5,21%	1,48%	8,45%
<b>MOYENNE GENERALE VISITES GUIDEES</b>	<b>25,33%</b>	<b>22,64%</b>	<b>16,33%</b>	<b>13,49%</b>	<b>10,90%</b>	<b>20,27%</b>	<b>17,44%</b>	<b>15,37%</b>	<b>14,77%</b>	<b>12,07%</b>	<b>45,74%</b>	<b>47,35%</b>	<b>56,98%</b>	<b>63,57%</b>	<b>64,89%</b>	<b>8,66%</b>	<b>12,57%</b>	<b>11,31%</b>	<b>8,17%</b>	<b>12,14%</b>
<b>2020</b>	<b>statistiques uniquement du 27 juin au 23 août</b>																			
<b>2021</b>	<b>Statistiques uniquement du 5 juin au 14 novembre</b>																			

La mise en œuvre du logiciel Sécutix en 2017 combinée à la mise en application d'un modèle d'exploitation sur créneaux et avec jauge modifient les comportements d'achat de nos visiteurs qui plébiscitent de plus en plus l'achat dématérialisé via notre site internet [www.saint-nazaire-tourisme.com](http://www.saint-nazaire-tourisme.com)

Exemple de modèle d'exploitation mis en œuvre lors l'année 2021 (créneaux de visite et jauges)

SOUS MARIN ESPADON 2021											
Basse saison 10h à 13h - 14h à 18h			Moyenne saison 10h à 13h - 14h à 18h			Saison estivale 10h - 20h			Saison estivale 10h - 21h		
10h	50		10h	22		10h	20		10h	20	
10h30	50		10h20	22		10h20	20		10h20	20	
11h	50		10h30	22		10h30	20		10h30	20	
11h30	50		10h40	22		10h40	20		10h40	20	
12h	50		10h50	22		10h50	20		10h50	20	
			11h	0		11h	20		11h	20	
14h	50		11h10	22		11h10	20		11h10	20	
14h30	50		11h20	22		11h20	20		11h20	20	
15h	50		11h30	22		11h30	20		11h30	20	
15h30	50		11h40	22		11h40	20		11h40	20	
16h	50		11h50	22		11h50	20		11h50	20	
16h30	50		12h00	22		12h00	20		12h00	20	
17h	50					12h20	20		12h20	20	
<b>TOTAL</b>	<b>12 créneaux</b>	<b>600</b>	14h	22		12h30	20		12h30	20	
			14h20	22		12h40	20		12h40	20	
			14h30	22		12h50	20		12h50	20	
			14h40	22		13h	20		13h	20	
			14h50	22		13h10	20		13h10	20	
			15h	0		13h20	20		13h20	20	
			15h10	22		13h30	20		13h30	20	
			15h20	22		13h40	20		13h40	20	
			15h30	22		13h50	20		13h50	20	
			15h40	22		14h	20		14h	20	
			15h50	22		14h20	20		14h20	20	
			16h	22		14h30	20		14h30	20	
			16h20	22		14h40	20		14h40	20	
			16h30	22		14h50	20		14h50	20	
			16h40	22		15h	20		15h	20	
			16h50	22		15h10	20		15h10	20	
			17h	22		15h20	20		15h20	20	
			17h10	22		15h30	20		15h30	20	
						15h40	20		15h40	20	
			<b>TOTAL</b>	<b>30 créneaux</b>	<b>616</b>	15h50	20		15h50	20	
						16h	20		16h	20	
						16h20	20		16h20	20	
						16h30	20		16h30	20	
						16h40	20		16h40	20	
						16h50	20		16h50	20	
						17h	20		17h	20	
						17h10	20		17h10	20	
						17h20	20		17h20	20	
						17h30	20		17h30	20	
						17h40	20		17h40	20	
						17h50	20		17h50	20	
						18h	20		18h	20	
						18h20	20		18h20	20	
						18h30	20		18h30	20	
						18h40	20		18h40	20	
						18h50	20		18h50	20	
						19h	20		19h	20	
						19h10	20		19h10	20	
						19h20	20		19h20	20	
						19h30	20		19h30	20	
						19h40	20		19h40	20	
						19h50	20		19h50	20	
						20h	20		20h	20	
						<b>TOTAL</b>	<b>51 créneaux</b>	<b>1020</b>			
									<b>TOTAL</b>	<b>56 créneaux</b>	<b>1120</b>

## Comparatif de fréquentation payante 2009-2021

SITES	2 0 0 9	2 0 1 0	2 0 1 1	2 0 1 2	2 0 1 3	2 0 1 4	2 0 1 5	2 0 1 6	2 0 1 7	2 0 1 8	2019	2020	2021
<b>TOTAL</b>	<b>202 984</b>	<b>199992</b>	<b>214 516</b>	<b>199728</b>	<b>193487</b>	<b>236661</b>	<b>260281</b>	<b>263189</b>	<b>264656</b>	<b>262207</b>	<b>311889</b>	<b>129590</b>	<b>179433</b>
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Escal'Atlantic	80 986	82238	87 187	71073	48644	75006	78411	69040	71029	72518	75896	36140	48402
Espadon	70 026	68126	70 369	68056	70626	74934	82115	84534	82490	77805	91941	43177	65524
Ecomusée	5 799	5629	6 018	8254	24984	30198	33873	31600	31809	29048	22786	9151	9854
Eol											32460	11770	12452
Chantiers	26 822	20977	26 854	29174	25443	31629	40513	46917	46470	50000	53548	17863	27935
Airbus	12 974	14495	15 013	14980	15930	17842	19526	23749	23535	24157	25108	3985	6680
Port	2 667	1950	2 069	1917	1602	1224	1658	1731	1747	1804	1602	1274	1503
Croisière	3 007	5203	5392	5357	5004	4913	3227	4132	4764	4813	5125	3846	4163
Tumulus	703	929	892	672	988	735	732	1009	1119	1052	1756	0	1533
Base SM	0	0	521	245	266	180	226	293	527	470	883	1361	668
90'								128	248	132	121	342	128
Divers								228	918	408	663	613	546
	meilleure fréquentation			pire fréquentation									

**VISITE DE SITES INDUSTRIELS OPERES PAR SAINT-NAZAIRE AGGLOMERATION TOURISME**  
*(fréquentation en nombre de visiteurs payants)*

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>CHANTIERS DE L'ATLANTIQUE</b>	26 822	20 977	26 854	29 174	25 443	31 629	40 513	46 917	46 470	50 000	53 631	17 863	27 935
<b>AIRBUS</b>	12 974	14 495	15 013	14 980	15 930	17 842	19 526	23 749	23 535	24 157	25 126	3 985	6 680
<b>NANTES SAINT-NAZAIRE PORT</b>	5 674	7 153	7 461	7 274	6 606	6 137	4 885	5 863	6 511	6 617	6 713	1 274	1 503
<b>TOTAL</b>	<b>45 470</b>	<b>42 625</b>	<b>49 328</b>	<b>51 428</b>	<b>47 979</b>	<b>55 608</b>	<b>64 924</b>	<b>76 529</b>	<b>76 516</b>	<b>80 774</b>	<b>85 470</b>	<b>23 122</b>	<b>36 118</b>

## Statistiques de téléphonie – Agence de Voyage

AV Individuels	FR					GB				
	Appels entrants	Appels servis	Appels non répondus ou en état bloqué	Temps moyen de sonnerie	Temps moyen de conversation	Appels entrants	Appels servis	Appels non répondus ou en état bloqué	Temps moyen de sonnerie	Temps moyen de conversation
Janvier	39	27	12		00:10:57			0		
Février	53	47	6	00:00:27	00:26:14	3		3		
Mars	77	66	11	00:00:45	00:16:39			0		
Avril	52	44	8	00:00:30	00:17:43			0		
Mai	179	128	51	00:00:01	00:05:52			0		
Juin	692	593	99	00:01:13	00:06:36	46	31	15	00:00:53	00:09:49
Juillet	3993	2757	1236	00:02:52	00:05:42	69	25	44	00:06:36	00:07:31
Août	5289	3793	1496	00:02:42	00:05:38	107	33	74	00:03:20	00:08:36
Septembre	1419	1117	302	00:01:53	00:06:10	7	4	3		00:08:38
Octobre	1208	1037	171	00:01:21	00:05:37	11	6	5	00:00:14	00:17:50
Novembre	679	573	106	00:02:10	00:06:42	37	26	11		00:10:13
Décembre	559	445	114	00:01:26	00:06:52	35	22	13	00:00:18	00:07:38
<b>Total</b>	<b>14239</b>	<b>10627</b>	<b>3612</b>	<b>00:01:17</b>	<b>00:10:03</b>	<b>315</b>	<b>147</b>	<b>168</b>	<b>00:00:57</b>	<b>00:05:51</b>

AV Groupes	FR					GB				
	Appels entrants	Appels servis	Appels non répondus ou en état bloqué	Temps moyen de sonnerie	Temps moyen de conversation	Appels entrants	Appels servis	Appels non répondus ou en état bloqué	Temps moyen de sonnerie	Temps moyen de conversation
Janvier	24	9	15	00:00:33	00:08:38			0		
Février	14	11	3		00:14:32	1	1	0		
Mars	30	23	7	00:00:35	00:21:31			0		
Avril	17	14	3	00:02:05	00:36:50			0		
Mai	28	25	3	00:05:26	00:15:38			0		
Juin	96	86	10	00:02:20	00:17:40	1	1	0		00:07:59
Juillet	148	104	44	00:09:56	00:23:48	5		5		
Août	109	77	32	00:03:37	00:09:25			0		
Septembre	190	153	37	00:05:32	00:08:16	3	3	0		00:03:39
Octobre	119	65	54	00:05:48	00:09:28	2	1	1		00:04:49
Novembre	100	92	8	00:03:13	00:16:22	0		0		
Décembre	65	57	8	00:02:23	00:06:24	5	2	3		00:04:42
<b>Total</b>	<b>940</b>	<b>716</b>	<b>224</b>	<b>00:03:27</b>	<b>00:15:43</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>00:00:00</b>	<b>00:01:46</b>

## ORIGINE GEOGRAPHIQUE DES VISITEURS PAYANTS - SAINT NAZAIRE RENVERSANTE

		2021		2019	
			% fréquentation totale		% fréquentation totale
France		163 412	95,83%	240 026	92,57%
Auvergne Rhône Alpes		13 776	8,08%	12 001	4,63%
Bourgogne Franche Comté		6 247	3,66%	4 977	1,92%
Bretagne		11 231	6,59%	24 131	9,31%
Centre Val de Loire		9 085	5,33%	10 928	4,21%
Corse		185	0,11%	17	0,01%
Grand Est		11 119	6,52%	10 898	4,20%
Dom-Tom		282	0,17%	180	0,07%
Hauts de France		7 580	4,45%	6 837	2,64%
Île de France		19 540	11,46%	25 453	9,82%
Normandie		6 164	3,61%	8 143	3,14%
Nouvelle Aquitaine		8 481	4,97%	11 230	4,33%
Occitanie		5 839	3,42%	5 271	2,03%
Pays de la Loire		59 871	35,11%	117 308	45,24%
Loire Atlantique		45 998	26,98%	79 431	30,63%
Saint-Nazaire Agglomération		16 611	9,74%	31 352	12,09%
Nantes Métropole		8 051	4,72%	16 449	6,34%
Maine et Loire		4 646	2,72%	14 357	5,54%
Mayenne		2 339	1,37%	5 583	2,15%
Sarthe		2 557	1,50%	7 521	2,90%
Vendée		4 331	2,54%	10 416	4,02%
Provence Alpes Côte d'Azur		4 012	2,35%	2 652	1,02%
Belgique		2 126	1,25%	3 068	1,18%
Allemagne		1 431	0,84%	2 907	1,12%
Grande-Bretagne		260	0,15%	2 618	1,01%
Suisse		984	0,58%	1 614	0,62%
Espagne		324	0,19%	1 589	0,61%
Pays-Bas		570	0,33%	1 119	0,43%
Italie		184	0,11%	429	0,17%
Canada		35	0,02%	415	0,16%
Irlande		25	0,01%	385	0,15%
Etats-Unis		168	0,10%	364	0,14%
Luxembourg		261	0,15%	167	0,06%
Portugal		49	0,03%	93	0,04%
Pologne		57	0,03%	220	0,08%

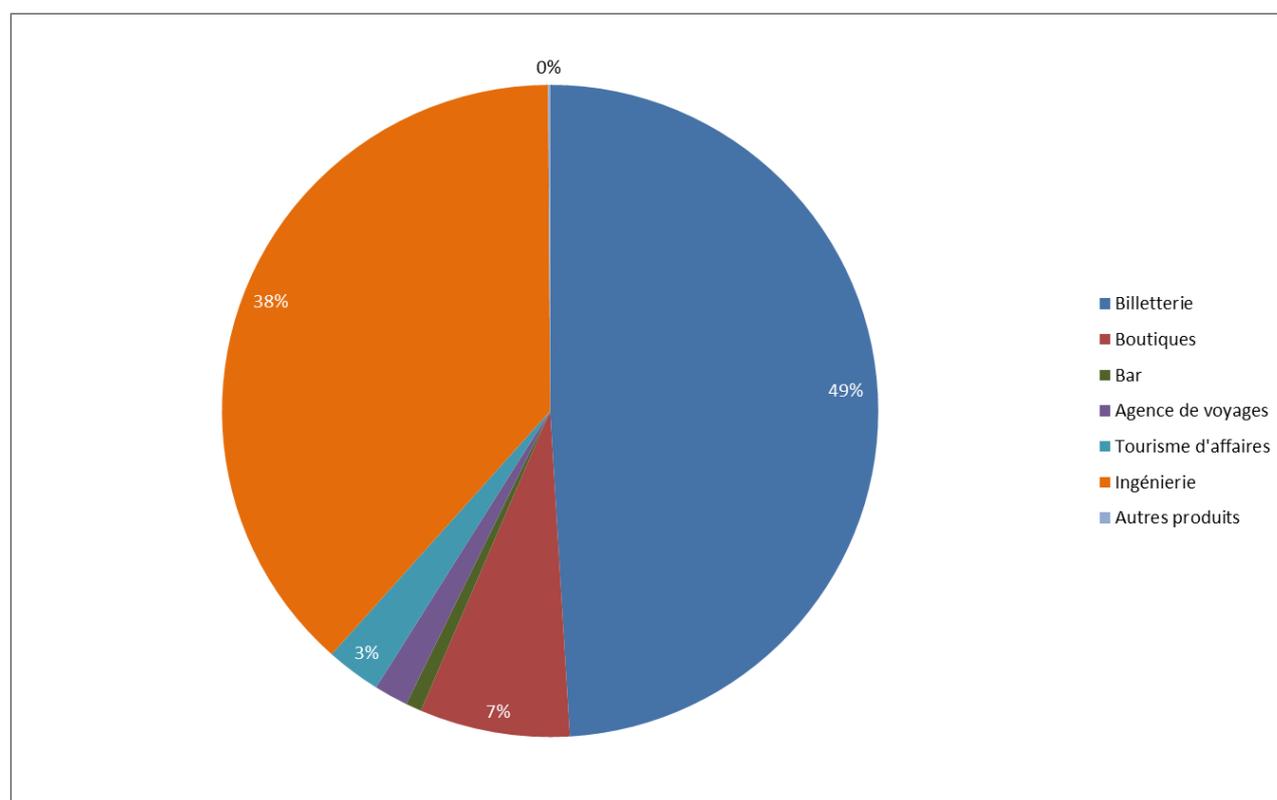
## . Les données liées aux activités : billetteries, ventes boutique, bar, agence de voyages, ingénierie et autres produits

### Chiffres d'affaires et marges

Poste de recettes	2021			2020	Variations 2021/2020
	CA HT en €	Marge brute en €	Taux de marge	CA HT en €	
Billetterie	1 598 856			1 086 259	47,2%
Boutiques	241 633	104 215	43,1%	187 634	28,8%
Bar	25 281	13 836	54,7%	15 167	66,7%
Agence de voyages	54 515	6 247	11,5%	28 167	93,5%
Tourisme d'affaires	87 865	23 759	27,0%	36 263	142,3%
Ingénierie	1 248 937			52 240	2290,8%
Autres produits	3 301			2 380	38,7%
<b>TOTAL</b>	<b>3 260 388</b>			<b>1 408 110</b>	<b>131,5%</b>

Le budget prévisionnel 2021, voté le 15 décembre 2020, affichait un chiffre d'affaires total de 2 192 773 € (hors ingénierie et autres produits). Celui-ci anticipait la fermeture du sous-marin Espadon pour travaux pendant le 1<sup>er</sup> semestre et l'absence de groupe sur cette même période. Malgré la fermeture des sites de visites sur l'ensemble du 1<sup>er</sup> semestre, le chiffre d'affaires réalisé a été de 2 008 150 €, soit 91,6 % des objectifs. Ces bons résultats, dans ce contexte, nous ont permis de réduire la demande de contribution complémentaire aux autorités concédantes de 650 000 € à 176 000 €.

### Répartition des chiffres d'affaires 2021 par activité



## 4. Les actions de prospection, promotion et partenariats engagés au cours de l'année

### 4.1. Les activités de l'Office de Tourisme intercommunal

#### 4.1.1. La fréquentation 2021 et comparatif avec les 2 années précédentes.



Office de Tourisme - Base sous-marine



Sur la place du Commando

L'année 2021 est une année qui a alterné entre : retour à la normale et coups d'arrêt plus ou moins marqués. Elle mérite d'être détaillée par période.

Le début d'année, de janvier à mars, s'est démarqué par la faiblesse des actes de renseignement malgré une modification des horaires d'ouvertures de l'office de tourisme paraissant plus adaptée au public : ouverture certains week-ends de basse-saison, changement d'horaires des ouvertures de 9h à 13h au lieu de 13h30 à 17h30.

Le mois d'avril a apporté une nouvelle période de confinement. Fermeture de l'accueil jusqu'à la fin du mois de mai. L'office de tourisme a fermé ses guichets pour basculer vers un accueil téléphonique et électronique : 117 actes de renseignement ont été réalisés durant ce mois, c'est 20 fois moins que d'ordinaire.

Le mois de mai s'est inscrit dans cette même tendance de faiblesse des actes, en revanche, en comparant avec 2020, on a pu remarquer une véritable explosion des demandes par téléphone (+ 838 %) et par courriel (+ 248 %).

Le mois de juin a marqué la reprise avec une augmentation générale des actes de 64,3 % par rapport à 2020, un chiffre qui supprime également 2019 de + 15 %.

L'accueil physique au guichet s'est particulièrement démarqué (+ 111 % par rapport à 2020, + 17 % par rapport 2019).

C'est un été mitigé, avec une météo capricieuse et une situation sanitaire pleine de rebondissements qui a suivi.

Les mois de juillet et août se sont alignés sur les flux de l'été 2020 avec une très légère augmentation des actes de renseignement + 6,9 % pour juillet et + 2,7 % pour août.

Le mois de septembre a marqué à la baisse avec - 1%.

La fin d'année en revanche, a été excellente au regard du contexte. Les mois d'octobre, novembre et décembre avec respectivement + 24 %, + 91 % et + 57 % d'actes de renseignement par rapport à 2020, ont renoué avec des chiffres qui n'avaient plus été atteints depuis plusieurs années.

**En dépit de ce contexte, les objectifs 2021 auront été atteints et dépassés.**

Objectifs annuels 2021	attendus	réalisés	
Fréquentation éco-compteur	50 000	61 411	+ 22,8 %
SIT Tourinsoft -Actes de R.	22 500	23 463	+ 4,3 %

## Tableaux comparatifs annuels : fréquentation et actes de renseignement

Global annuel	2019*	2020	2021	(2020/2021) En %
Actes de renseignements Source Tourinsoft®	26 732	21 274	<b>23 463</b>	<b>10,7 %</b>
Entrées libres Source éco-compteur (*2019 à titre indicatif)	86 612	38192	<b>61 411</b>	<b>60,8 %</b>

## Tableaux comparatifs annuels par période : été

Acte de renseignements (source SIT Tourinsoft).				
	2019*	2020	2021	(2020/2021) En %
juillet	4 424	5 565	<b>5 951</b>	<b>+ 6,9 %</b>
août	6 759	7 064	<b>7 257</b>	<b>+ 2,7 %</b>
septembre	2 675	2 996	<b>2 964</b>	<b>- 1,1 %</b>

(\*2019 à titre indicatif)

Baisse de septembre 2021 = fermeture anticipée du BIT de Saint-André-des-Eaux

Fréquentation Eco compteur				
	2019*	2020	2021	(2020/2021) En %
juillet	14 425	8 793	<b>14 254</b>	<b>62,1%</b>
août	20 116	12 182	<b>18 182</b>	<b>49,3%</b>
septembre	8 698	5 679	<b>8 245</b>	<b>45,2%</b>

(\*2019 à titre indicatif)

## Tableaux comparatifs annuels par période : automne/hiver

Acte de renseignements (source SIT Tourinsoft).				
	2019*	2020	2021	(2020/2021) En %
octobre	1 789	1 529	1 916	<b>24,1 %</b>
novembre	620	43	1 185	<b>2655,8 % OT fermé en 2020 (accueil téléphonique + mail)</b>
décembre	531	231	612	<b>393,5 %</b>

(\*2019 à titre indicatif)

Fréquentation Eco compteur				
	2019*	2020	2021	(2020/2021) En %
octobre	5 729	3 984	5 042	<b>26,6 %</b>
novembre	2 293	87	3 275	<b>3663 %* OT fermé en 2020 (accueil téléphonique + mail)</b>
décembre	1 701	75	2 521	<b>3261 % OT fermé en 2020 (accueil téléphonique + mail)</b>

(\*2019 à titre indicatif)

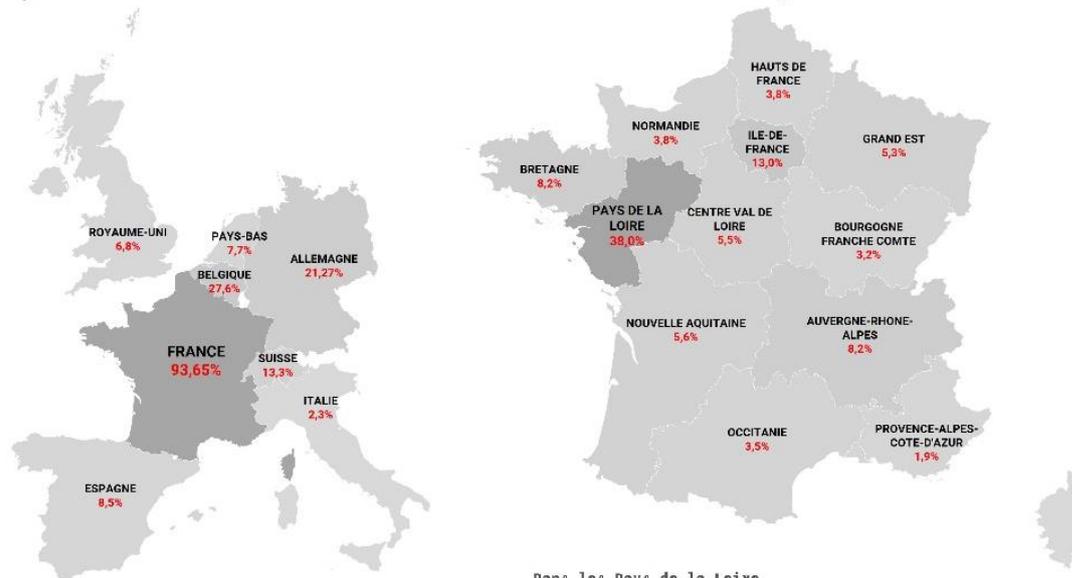
Les guichets d'accueil auront été ouverts 338 jours au total en 2021, avec pour nouveauté, une ouverture de 9h à 13h sur la période de basse saison qui a permis de mieux s'adapter au public.

## Nos visiteurs

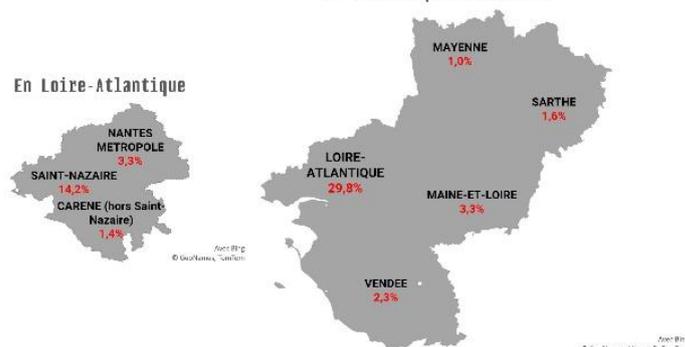
A la réouverture, la population locale a représenté la majorité des visiteurs. Jusqu'à début juillet, ils représentaient encore près de 56 % des demandeurs.

Puis, cette population a progressivement laissé la place aux flux touristiques habituels.

Fréquentation à l'Office de Tourisme



Dans les Pays de la Loire



Des visiteurs étaient, sans surprise, majoritairement français : 93,65 % des visiteurs.

Les pays frontaliers n'étaient pas en reste puisqu'on pouvait remarquer une plus forte présence belge, allemande et suisse que l'an passé.

Concernant les régions, leur classement est quasiment similaire à celui 2020 à très peu de variations près :

- Les Pays de La Loire en tête du classement régional avec 38 % de la population présente.
- L'Île de France en 2<sup>ème</sup> position avec 13 % de la population présente.
- L'Auvergne-Rhône-Alpes et la Bretagne en 3<sup>ème</sup> position voire en petite progression de 1 point par rapport à 2020.
- Le Val de Loire est resté stable avec une représentation de 5,5% du visitorat.

S'agissant des demandes des visiteurs, sur l'ensemble de l'année, la représentation est la suivante :

- Les visites Saint-Nazaire Renversante : 51 % des demandes
- Les circuits de ville de type « Art en ville, Tintin, récit de quartier, les Incontournables » : 22% des demandes
- Les animations : 12 % des demandes
- Les sorties randonnées, cyclables et sorties nature : 10 % des demandes

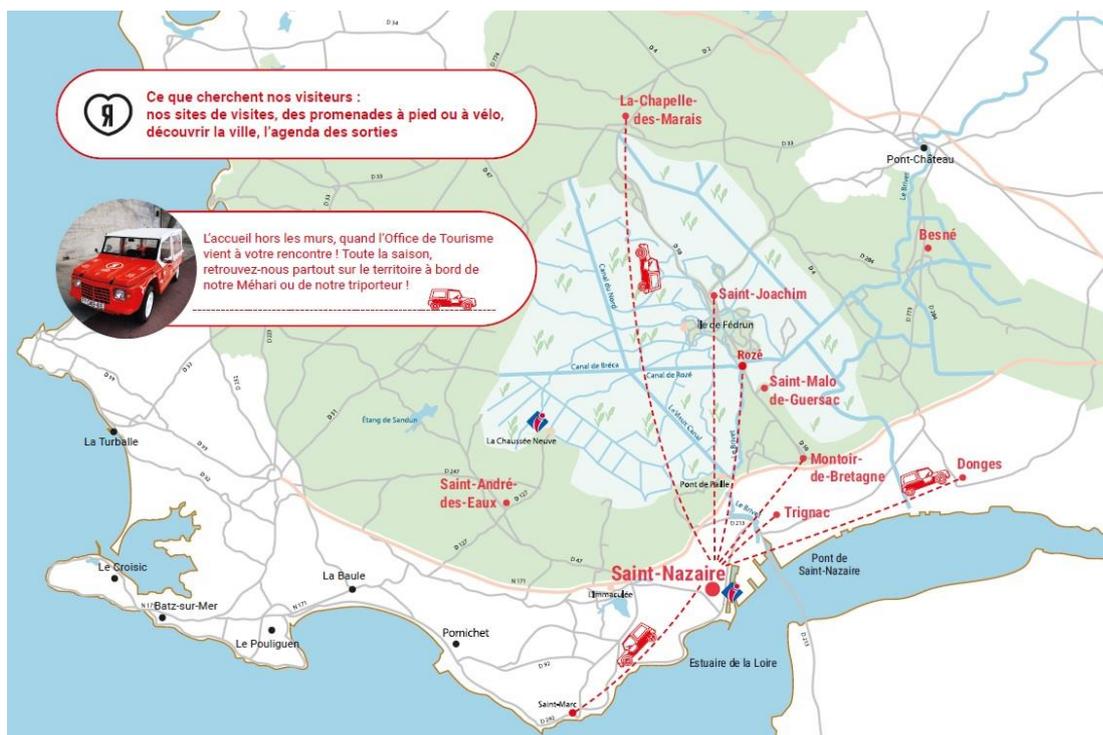
Les demandes de circuits cyclistes et de randonnées pédestres sont concentrées sur les mois de juin à septembre et en augmentation respectivement de +37 % et + 25 % par rapport à 2020.

## 4.1.2. Sorties hors les murs

### En voiture

Le camion PiLOTe a été vendu à l'Office de Tourisme de l'Anjou Bleu au printemps. Il s'avérait désormais peu agile lors des déplacements et d'une conduite anxiogène pour les jeunes recrues plus habituées à conduire des petites voitures. Un véhicule plus léger a pu être acheté en remplacement : une Citroën méhari, plus en phase avec l'image de la destination.

Ses parcours :



La Méhari a pu sortir tout l'été du lundi au dimanche (hors mardi) sur les marchés de la Carène ainsi que sur des zones de flux touristiques telles que le Port de Rozé ou Saint Marc-sur-Mer.

Au total la Méhari a pu effectuer 55 sorties et ce, malgré une météo peu clémente.

Ci-contre : à Montoir-de-Bretagne.

NOMBRE DE SORTIES DE LA MEHARI	
MONTOIR-DE-BRETAGNE – le marché	2
TRIGNAC- le marché	5
LA CHAPELLE-DES-MARAIS- le marché	9
Port de ROZE- le belvédère	19
SAINT- JOACHIM- le marché	4
DONGES- le marché	2
CAMPING DE L'EVE – face plage La Courance	5
SAINT- MARC-SUR-MER- face esplanade M. Hulot	9

Les temps de présence ont pu être mieux ciblés grâce à ce véhicule et des tests ont pu également être réalisés sur des créneaux horaires divers, notamment sur le port de Rozé.

Lors de ces déplacements, les informations demandées tournaient essentiellement autour des balades, des animations locales, des sites de visites Saint- Nazaire Renversante.

### En triporteur

Loué auprès de Vélycéo, le triporteur a pu assurer des déplacements réguliers sur la partie nazairienne du territoire en juillet et août.

Il a pu effectuer 63 sorties sur des circuits dans le centre-ville, sur la place du Commando et le front de mer jusqu'à Villès Martin. Des temps de présence de 2 à 3 heures, sur des lieux de passages très ouverts, ont permis d'informer un public essentiellement désireux de connaître les activités possibles en cas de météo estivale nuageuse.



NOMBRE DE SORTIES DU TRIPORTEUR	
CENTRE VILLE	6
FRONT DE MER	46
MARCHÉ DE ST NAZ	11

Sur la période, 1115 actes de renseignements ont été réalisés.

*Ci-contre : le triporteur place du Commando.*

### Le bureau d'Information Touristique de Saint-André-des- Eaux

La saison avait bien débuté au mois de juin avec un nombre d'actes de renseignements similaire à 2020, et en hausse par rapport à 2019 pré-Covid. En revanche, une **très forte baisse a été constaté en juillet** (encore plus marquée par rapport à 2019) et une **stagnation en août**, mais là aussi en forte baisse par rapport à 2019.

Mois	Actes de renseignement en 2020	Actes de renseignement en 2021	Ecart 2020-2021	Ecart 2019-2021
Juin	62 (à partir du 16/06)	(à partir du 08/06)	- 1.5 %*	+ 22.4 %
Juillet	378	257	- 32.0 %	- 37.5 %
Août	280	255	- 8,9 %	- 38.7 %

Il est apparu nécessaire d'assurer une présence sous format hors les murs à La Chaussée Neuve, ce qui a été très appréciée des visiteurs, avec une moyenne chaque après-midi de 15 à 20 demandes soit 420 actes de renseignements recensés. (A noter : fréquentation très importante la semaine du 15 août).

### 4.1.3. La programmation des activités et des services

#### ▪ Les sorties nature

Après le succès des escapades nature en 2020 (157 personnes accueillies en 16 balades dont 8 ajoutées à celles initialement prévues avec un taux de remplissage de 95% - jauge réduite à 11 personnes), le nombre de balades avait été augmenté, en les faisant débiter dès le mois de juin.

Au total, entre début juin et le 19 août, **18 sorties étaient planifiées** (7 autres avaient déjà eu lieu entre fin août et septembre). Cet été marquait également le retour de la balade autour du four à pain de Marland (3 visites prévues).

Au total sur ces 18 balades, nous avons accueilli **110 personnes**, avec un taux de remplissage de seulement **48,2 %**. C'est donc un fort recul par rapport à 2020.

L'été a débuté avec une **jauge à 9 personnes** pour toutes les sorties, augmentée à **20 à partir du 22 juillet** (sauf les balades à vélo toujours à 9).

La météo a joué un rôle indéniablement.



Sorties Nature du BIT

#### ▪ Exposition « Figures de Brière » en intra et extra muros

Cette exposition a pu être réalisée grâce à la gracieuse collaboration de Cyrille PAWLOSKI, photographe industriel, pour les clichés.

Elle avait pour objectif, la mise en lumière des certains acteurs leviers du territoire briérons, qui, par leurs activités contribuent au rayonnement du Parc naturel régional de Brière. Pris dans leur atelier, leur ferme, leur cuisine ou en plein cœur du marais, ces clichés révélaient un geste, un savoir-faire, une tradition, un visage.

Proposée au public dans la salle du Parvis où près de 700 visiteurs ont pu en profiter, elle a aussi été dupliquée sur le site du Port de la Chaussée Neuve à la demande de la commune de Saint-André des Eaux. Elle s'est tenue de juillet à fin août 2021 dans la salle du Parvis et à fin octobre pour l'exposition Hors les murs.



Site de la Chaussée neuve



Cyrille PAWLOSKI, photographe - Site de la Chaussée neuve

- Opération citoyenne « Touche pas à mon SPOT »

## Action tourisme durable



### Nettoyage des plages



« Touche pas à mon spot » est une opération lancée par la SPL Loire Atlantique Développement et l'association environnementale Surfrider, à laquelle les Offices de Tourisme du littoral ou proches d'une rivière se sont associés dans le but d'organiser une journée de mobilisation sur la sensibilisation à la biodiversité du littoral et du rétro-littoral, ainsi qu'à la problématique des déchets aquatiques. Couplé à cela, le plaisir de la pratique nautique sous ses différentes formes était garanti aux participants.

L'Office de Tourisme intercommunal a dupliqué cette opération sur 3 sites :

- La plage de la Courance en partenariat avec Line UP et L.A Gliss.
- La base nautique du pont de paille à Trignac, avec la mobilisation des clubs de canoë Kayak de Trignac et de Besné, et le club des randonneurs de Trignac,
- Le bassin de Saint-Nazaire et la halle sud, grâce à la mobilisation de Mouette & Sea, de la maison de quartier de Kerlédé et de l'association Zéro Déchets de Saint-Nazaire.

Cet événement était entièrement gratuit pour les participants et sur la base du bénévolat pour les partenaires nautiques et environnementaux engagés.

L'Office de Tourisme intercommunal était également présent auprès de nos partenaires et collectivités sur les actions suivantes :

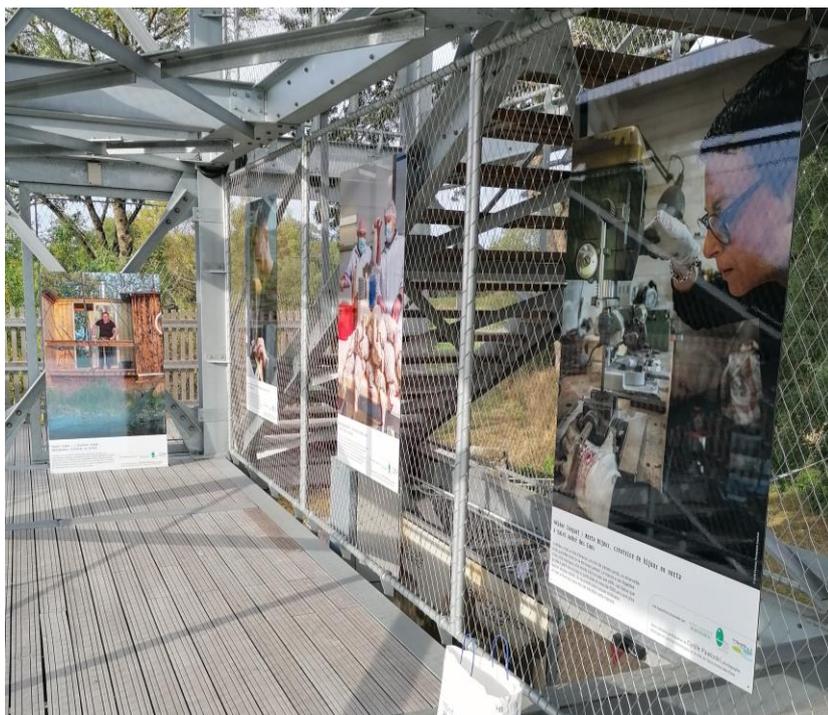
**21 juillet : Beach Tour**, thématique de sensibilisation sur la sécurité des pratiques sportives aquatiques et à la plage sans tabac.

**Août - septembre : La Solitaire du Figaro**, mise en place des accueils sur stand et accueil du village. En collaboration avec le Lycée Grand Air de La Baule.

**25 septembre : Parc en Fêtes**, sur la thématique des productions locales, avec prêt des panneaux de l'exposition Figures de Brière, sur le belvédère de Rozé.

**13 octobre : Spirit of Adventure**, Première escale de ce paquebot à Montoir de Bretagne et unique escale en 2021 sur les 5 prévues. Accueil avec remise de plaque et moment musical de groupe XX Celtes.

**1er octobre, 9 et 23 novembre** : Accueil de nouveaux arrivants en Mairie de Saint-Nazaire.



Exposition Figures de Briérons sur le Belvédère

## Les billetteries sur les points d'accueil

L'Office de Tourisme Intercommunal a progressé dans ses ventes en comparant avec 2020.

- Volume des ventes 2020 = 13 293,94 €
- Volume de ventes 2021 = 14 872,95 €

## Billetterie - Boutique

### Top 3 des produits boutique

1. Carte parking « forfait tourisme » : 212 ventes (+ 123%\*)
2. Billet unitaire STRAN : 130 ventes (+ 40%\*)
3. Timbre vert : 129 ventes (+ 43%\*)

### Top 3 des billetteries revendeur

1. Croisières Estuaire : 115 ventes (+ 110%\*)
2. Océarium du Croisic : 102 ventes (+ 36%\*)
3. Legendia Parc : 48 ventes (1<sup>ère</sup> année)

### Les sites de ST Nazaire

1. Escal'Atlantic
2. Chantiers de L'Atlantique
3. Sous-Marin Espadon

= 1843 ventes

\* Par rapport à 2020



#### 4.1.4. Le Comité consultatif des acteurs du tourisme

## saint-nazaire LES RENVERSANT·E·S®

Dispositif obligatoire pour les Offices de Tourisme sous statut de Société Publique Locale, le Comité consultatif des acteurs du tourisme a pour objet de garantir un lien entre l'Office de Tourisme intercommunal et les professionnels locaux. Quatre ateliers thématiques structurent le comité, à partir desquels sont organisés rendez-vous, rencontres, partages d'expériences, découvertes de lieux et opérations collectives.

Pour faire suite à une proposition en fin d'année 2019, le Comité Consultatif des Acteurs du Tourisme devient LES RENVERSANT.E.S.

L'ambition partagée :

- faire rayonner ensemble le territoire,
- favoriser les rencontres,
- partager une vision commune du tourisme durable.

Quelques rendez-vous ont pu les réunir et permettre l'échange qui a fait défaut en 2020

- Juin : **Touche Pas à mon Spot** (journée du nautisme durable)
- Juillet : Le vernissage **Exposition de Saint-André des Eaux**
- Juillet / Aout : **Les Renversants étaient invités à faire la promotion de leur activité à nos côtés.**



*Ci-contre : Le Musée de la Marine en bois à Montoir-de-Bretagne*

- A partir de septembre : des rendez-vous autour de l'**emploi / formation** ont été organisés afin de répondre à un des soucis majeurs du moment : le manque de personnel.



*Ci-contre : réunion emploi – formation au Barapom.*

#### 4.1.5. Les GREETERS SAINT-NAZAIRE

Les Greeters sont des habitants enjoués et désireux de partager avec des visiteurs leur(s) coup(s) de cœur du territoire. Ils sont bénévoles, les visites sont gratuites.

A Saint-Nazaire un groupe a été constitué sur l'impulsion de l'Office de Tourisme intercommunal afin d'adhérer au mouvement international des Greeters.

## Greeters

Top 3 des thèmes de balades demandés :



20  
Greeters



Linda Ricolleau en balade aux Chantiers de l'Atlantique

24  
balades

**Qui sont-ils ?** Nouveaux arrivants et locaux qui veulent redécouvrir la ville, touristes en vacances.

## Témoignage Greeters



« Ce fut une balade très intéressante avec Pascal, ponctuée d'histoires véridiques et personnelles. Ça nous a donné envie d'en apprendre plus sur l'histoire de Saint-Nazaire et surtout nous a fait voir la ville d'une autre perspective. Un grand merci pour cette offre! »

#### 4.1.6. La démarche qualité et le processus de classement niveau I

Le référentiel de la marque Qualité Tourisme a évolué le 27 septembre 2019. Sa validité est passée de 3 à 5 ans et il comporte depuis 2020 un volet « protocole COVID-19 ».

##### Rappel des échéances passées :

- . Octobre 2018 : labellisation de l'Office de Tourisme Intercommunal (validité 5 ans)
- . Février 2019 : classement en catégorie I (validité 5 ans)
- . Octobre 2019 : audit de suivi par Loire-Atlantique Développement, relai territorial
- . Octobre 2020 : visite mystère effectuée par un cabinet externe commandité par le relai territorial
- . Octobre 2021 : auto-évaluation effectuée sur le site de la DGE par l'Office de Tourisme Intercommunal

##### Rappel des échéances futures :

- . 2022 : audit blanc effectué par le relai territorial ou à défaut, un cabinet d'audit.
  - . 2023 : *audit mystère effectué par un cabinet externe à 6 mois de l'audit de certification*
  - . *Octobre 2023 : audit de certification par un cabinet agréé*
- Début 2024 : Re classement en Cat I*

##### Le Groupe Qualité Destination :

Un écosystème vertueux afin d'impulser des dynamiques croisées favorables à une qualité de services homogènes à l'échelle de la destination. Le Groupe Qualité Destination découle d'une mise en cohérence des différentes démarches qualités mises en œuvre en interne, sur demande de la collectivité pour les circulations douces ou la saisonnalité touristique de Saint-Nazaire en lien avec la CARENE, ainsi que l'implication de SNAT dans les différents comités de liaison ou de travail en faveur de la qualité.



## L'écosystème de la qualité de services de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme pour la destination *Saint-Nazaire Renversante*



Dans ce cadre, le Groupe Qualité Mobilités Douces a piloté cette année une mission d'expertise des itinéraires et boucles cyclables à vocation touristique. L'objectif : révéler les boucles existantes dont la mise en tourisme ne nécessitait pas de gros investissements et dont la mise en œuvre pouvait être rapide.

La société C-Mobilité retenue, a délivré ses premiers résultats en avril et remis sa version finale en novembre. Des boucles valides ont été identifiées, expertisées et cartographiées :

- Les Charmes de la Brière (Saint-André-des-Eaux),
- La Brière des îles (Iles de Saint-Joachim et Port de Rozé),
- Une boucle entre Pornichet et Saint-Nazaire (s'appuyant sur l'itinéraire 14 du schéma directeur des itinéraires cyclables de la CARENE et Vélocéan),
- Une liaison Saint-Nazaire vers Port de Rozé (Itinéraire 11).

Le balisage de ces boucles est soit en cours ou terminé, elles ont été intégrées au SIT Tourinsoft et sont consultables d'ores et déjà sur le site internet de Saint-Nazaire Renversante. Les boucles et itinéraires intégrés à la mission ont été intégrés au Système d'Information Géographique (SIG) de la Carène. Elles ont été ajoutées aux fiches topo guide des Belles Echappées réalisé en partenariat avec l'office de Tourisme de La Baule Presqu'île de Guérande.

Une communication est prévue sur l'édition 2022 du Guide Touristique de Saint-Nazaire Renversante.

## Groupe Mobilités Douces

Tous à vélo!!!  
De nouveaux tracés opérationnels – itinéraire ou boucles.



## Le bilan d'écoute clients de l'office de tourisme

La compétence de l'Office de tourisme lui donne autorité et compétence pour rapporter les dysfonctionnements relevés sur la Destination. La collecte des indicateurs est réalisée sur les points d'accueil de l'Office de Tourisme Intercommunal de Saint-Nazaire, Saint-André-Des-Eaux et en hors les murs sur l'Office de Tourisme mobile.

Les outils de mesure sont :

- Les questionnaires de satisfaction (en 3 langues) : 126 questionnaires remplis (125 en français / 1 en allemand)  
Il était observé cette année :
  - Le temps d'attente : 95,2 % de personnes questionnées sont satisfaites.
  - Ecoute et disponibilité du (de la) conseiller(ère) en séjour : 95,2 % de personnes questionnées satisfaites.
  - Les réponses apportées par les conseiller(ère)s en séjour ont été pertinentes pour 98,4 % des personnes interrogées.
  - La documentation souhaitée convenait pour 96,6 % des personnes questionnées.
- Les fiches de suggestions et remarques (remplies à l'accueil, reçues par e-mail, réseaux sociaux, courrier, téléphone et remarques orales consignées dans un tableau de bord) : 16 remarques et suggestions.  
9 pour Sites de visite (croisières découvertes en septembre), 1 pour Vélo, 2 pour Histoire/Base sous-Marine et GM, 3 pour un petit train touristique, 1 pour Vie pratique.
- Les réclamations (fiches remplies à l'accueil, reçues par e-mail, réseaux sociaux, téléphone) : 17  
Certaines réclamations découlent essentiellement de la crise sanitaire.  
Des services ou commerces qui n'ont pu réagir avec la même réactivité qu'à l'accoutumée par manque de personnel (fermeture de services en avant saison qui engendre une prestation de nettoyage des espaces verts ralentie, les contraintes de jauge engendrant un manque de souplesse horaire sur une visite au Tumulus, ou régissant l'achat de billets sur les sites de visites)  
Des remarques sur les pannes fréquentes de l'ascenseur de la base sous-marine, sur le parking sans marquage au sol devant la base.
- Sur les réseaux : les notes cette année, reflètent moins les services de l'Office de tourisme que la destination Saint-Nazaire Renversantes et ses visites.  
**4.5 sur TripAdvisor**  
**4.2 sur Google**

### 4.1.7. Les croisières : accueil d'escale(s) de paquebot

Le monde de la croisière a continué d'être prudent et a maintenu des protocoles sanitaires renforcés. Sur les 5 escales prévues à Montoir de Bretagne, seule 1 a pu être maintenue.

Le 13 octobre, le **Spirit of Adventure** était reçu au Terminal Grand Ouest. Comme le protocole l'exige lors d'une première escale sur un port, une remise de plaque a pu être organisée par le Club Croisières. Les passagers restés à bord ont pu profiter d'un moment musical qui les a ravis, la bulle sanitaire en place interdisant aux passagers non-inscrits sur des excursions de descendre à terre.



## 4.2. Le marketing, la promotion, la communication et la presse

Pour remplir les objectifs globaux, de notoriété, de fréquentation, de chiffre d'affaires et de taux de satisfaction des visiteurs, le service communication / marketing déploie un plan d'actions ambitieux combinant des actions complémentaires faisant la part belle au digital.

**Le plan d'actions 2021 c'est une nouvelle fois adapté au contexte de crise sanitaire afin de répondre au mieux aux nouveaux enjeux touristiques et mieux satisfaire les attentes des clientèles.**

**>> Une action socle qui s'installe sur le long terme : un observatoire des publics pour une meilleure connaissance des clientèles.**

- En 2021, nous avons poursuivi l'évaluation de la satisfaction des clientèles à travers deux dispositifs principaux :
  - Une enquête de satisfaction envoyée par e-mail après chaque visite.
  - Des bornes proposant l'enquête de satisfaction à la sortie de la visite d'Escal'Atlantic, à l'écluse fortifiée et à l'Ecomusée : 2 283 questionnaires réceptionnés en 2021 (contre 600 en 2020).

La satisfaction est également largement suivie depuis le web, essentiellement sur les sites d'avis Tripadvisor et Google My Business. Les avis déposés sont tous lus par le digital manager de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme. Une attention est systématiquement apportée aux avis et une réponse est formulée si nécessaire. En 2021, plus de 1 000 avis et commentaires ont été déposés sur nos différentes plateformes digitales

**>> Actions de promotion et de communication off line**

### ▪ Affichage dans l'espace urbain

Les campagnes d'affichage servent deux objectifs : la notoriété de la destination et la promotion de l'offre de visites. La période, les réseaux, les cibles, les messages varient en fonction de ces objectifs.

En 2021, les campagnes d'affichage se sont articulées en plusieurs périodes : en juin pour la promotion de la destination et en été, Toussaint et Noël pour la promotion de l'offre de visites.

Au total, nous avons diffusé 7 visuels (3 visuels pour la campagne destination et 4 visuels pour la promotion des sites de visite). Ces visuels produits par le Studio Katra étaient entièrement nouveaux.

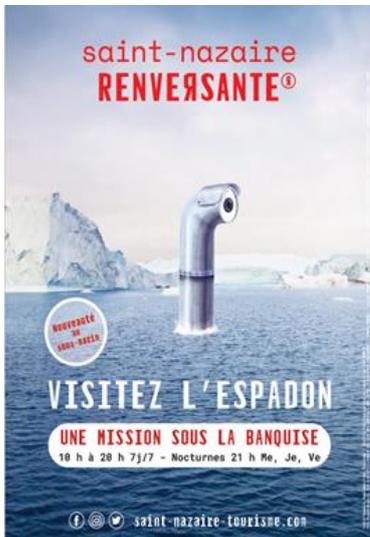
**. Budget 2021 : 186 500€**

. Voir détails pages 14 et 15



- **Les insertions imprimées – Budget 16 000 €**

- Collaboration avec les Offices de Tourisme partenaires
- Insertions dans les supports locaux : 20 Minutes, Estuaire, Haut-parleur, Dardar, UV City Guide
- Thèmes : visites et Saison patrimoine. Un focus spécifique en 2021 : le sous-marin Espadon
- Réduction de cet axe d'intervention au profit d'actions digitales



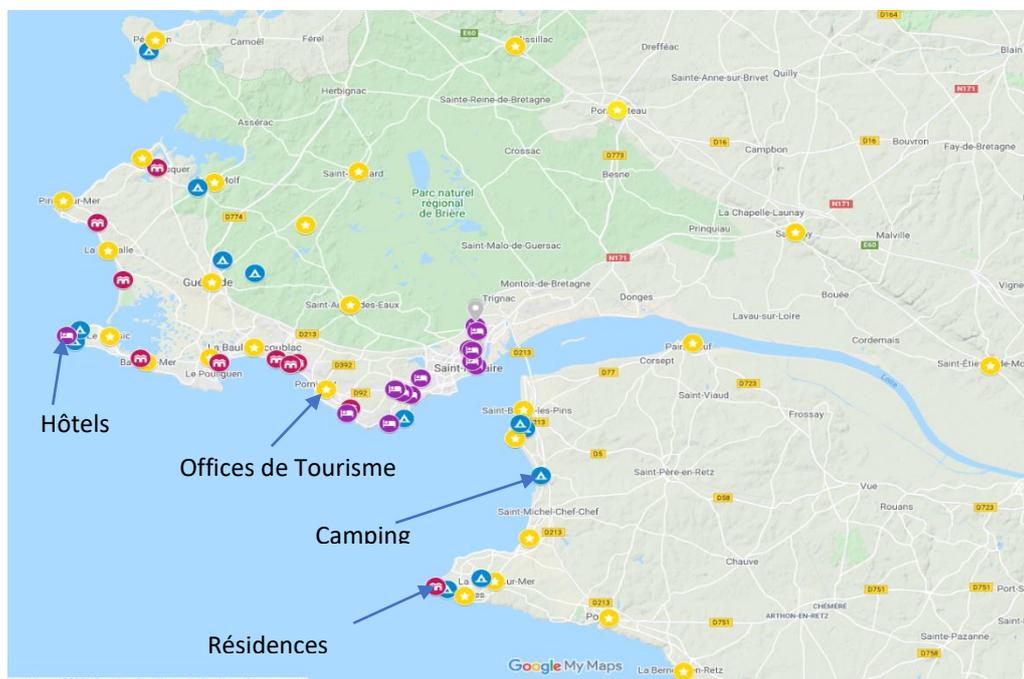
- **Diffusion des supports de communication grand public (19 500 €)**

- Période : à l'année mais avec des adaptations et des redéploiements compte tenu des périodes de fermeture tout le premier semestre.
- Quoi : le kit promotion (brochures visites grand public + affichette + présentoirs), flyers, supports de la Saison patrimoine
- Diffuseur brochures visites : Alfran – Avec une diffusion dans le 44, le 56, le 49 et le 85
- Diffuseur brochure Saison Patrimoine : Popamine

- **Des spots radio - Budget 14 000 €.** Un spot a été spécialement prévu pour promouvoir la réouverture et le nouveau parcours de visite de l'Espadon. Ce spot a été diffusé fin juin/début juillet et au moment des vacances de la Toussaint et de Noël : France Bleu Loire Océan, RTL 2 et Hit west : un total de près de 500 spots de 20 secondes.

- **Animation du réseau des partenaires revendeurs :**

- **117 revendeurs en 2021** (107 en 2020). OT : 30 % - CE : 22 % - Hôtels et Campings : 12%
- **Chiffre d'affaires généré par la billetterie externe en 2021 : 96 000 €** contre 65 000 € en 2020.

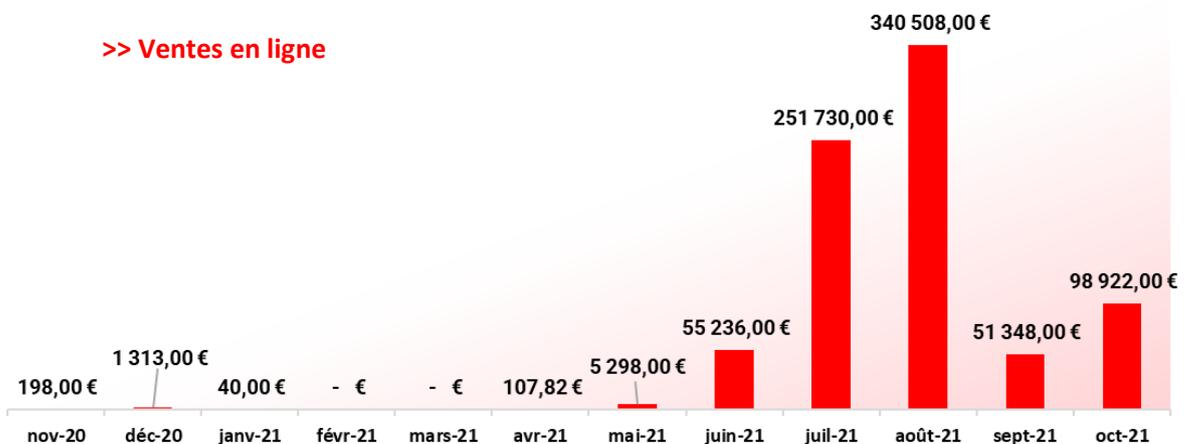


## >> Actions de promotion et de communication digitales (budget : 33 500 €)

Dans un contexte sanitaire encore incertain en 2021, avec une période de fermeture des sites de visite tout le premier semestre, le numérique aura été un canal de communication crucial et stratégique. Les réseaux sociaux nous ont permis de garder le lien avec nos publics et d'adapter en permanence nos campagnes de communication. Une telle agilité s'est révélée indispensable dans un contexte mouvant et dans l'incertitude de pouvoir toucher nos publics via des supports publicitaires traditionnels pendant les périodes où le télétravail était devenu la règle.

- **LE SITE WEB DESTINATION. Deux ans après sa mise en ligne, un travail de fond sur la mise à jour, l'enrichissement et le renouvellement des contenus est assuré tout au long de l'année. Ce travail conséquent est tout à fait stratégique : il permet de répondre au mieux aux enjeux de référencement naturel, aux nouvelles attentes touristiques et à la croissance importante des réservations en ligne.**
  - Travail soutenu sur la quasi-totalité des contenus : mises à jour, enrichissement, création de nouvelles pages et sur toutes les thématiques : les visites, les itinérances (ville, patrimoine, mer, port, nature) et la préparation du séjour. Exemple d'interventions de contenus : les infos liées au contexte sanitaire, les mobilités douces (rando à pied et à vélo), les pages relatives à la Brière, les activités à faire sur la destination à chaque période de vacances scolaires et en hiver, la Saison patrimoine, construction navale et départ de paquebots, la destination en images, les communes de la CARENE...
  - Tout un travail de fond sur la question du référencement naturel : audit, travail sur les contenus pour optimiser et améliorer la visibilité des contenus du site web sur les moteurs de recherche pour chacune des requêtes les plus pertinentes.
  - 460 000 visiteurs uniques pour un total de 2 150 000 pages vues.
  - Un chiffre d'affaires généré en ligne de 805 000 € HT (près de 90 000 billets vendus en ligne), soit une progression de 23 % par rapport à 2020.
  - Les transactions via mobile sont passées de 35% en 2019 à plus de 55% en 2021 % (61% au cours de l'été).

## >> Ventes en ligne



- **LES RESEAUX SOCIAUX. Une montée en puissance** : plus de 600 publications en 2021 sur les 3 principaux réseaux sociaux.
  - **Sur Facebook** : 26 800 fans (+ 11 %), 258 publications, 115 000 mentions « j’aime », 12 000 commentaires et 175 000 personnes touchées en moyenne chaque mois.
  - **Sur Instagram** : 10 400 abonnés (+ 33 %), 142 publications, 72 500 mentions « j’aime », 1 900 commentaires, 88 000 personnes touchées en moyenne chaque mois.
  - **Sur Twitter** : 2 300 abonnés (+ 8 %), 228 publications et 30 000 personnes touchées par mois en moyenne. Pour ce réseau social : une approche surtout B2B et une communication ciblée auprès des influenceurs et relais d’influence.

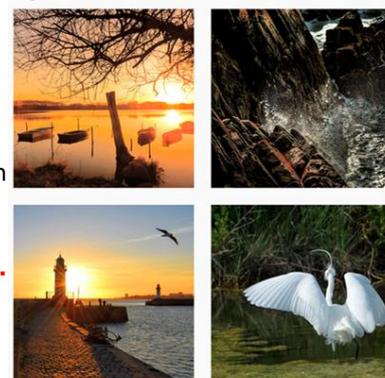
### Zoom sur 4 actions :

**# Les Portraits Renversants** : des portraits vidéos de personnalités connues ou moins connues révélant tout particulièrement le territoire. Portraits vidéo de grande qualité et réalisés en interne. Le premier, réalisé en 2021 : le portrait des Ghetto Twins, des frères pratiquant la danse urbaine et habitants Saint-Nazaire. Près de 65 000 personnes touchées sur les réseaux sociaux + site web.

**# Les live Facebook.** Cette modalité d’intervention devient une véritable signature de l’équipe communication de Saint-Nazaire Renversante. Il s’agit de couvrir en live sur les réseaux sociaux des événements majeurs de la destination et à forte valeur ajoutée. Principalement en 2021 : les départs du *Virtuosa* et du *Wonder of the seas*, le pont de Saint-Nazaire à l’occasion des *foulées du pont* et la Solitaire du Figaro. Gros succès à chaque fois : près de 300 000 personnes touchées avec le *Virtuosa*. Ces live permettent à nos communautés de suivre ces événements de façon privilégiée et avec des points de vue exceptionnels.

**# Le concours photos.** Au cœur de la saison estivale, un concours photos Instagram a été mis en place dans le but d’inciter nos ambassadeurs, habitants et visiteurs à partager leurs plus belles photos de la destination sur le thème de la nature : « Renversante par nature ». Au total ce sont plus 750 photos qui nous ont été soumises.

**# Les expérimentations.** L’année 2021 a également été l’occasion de poursuivre l’expérimentation d’une communication sur de nouveaux supports ou avec des formats émergents : TikTok, Instagram Reels, etc...



**Saint-Nazaire Renversante A** a publié une vidéo  
Publiée il y a 6 mois

**Reportage restauration du sous-marin Esp...**  
Hier soir le 20H de TF1 diffusait ce magnifique reportage sur la restauration de notre sous-marin...

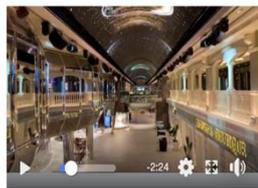


1,2 K Partages 511 Commentaires 86

Copier le lien vers la ... Voir la publication

**Saint-Nazaire Renversante A** a publié une vidéo  
Publiée il y a 7 mois

**Visite du paquebot MSC Virtuosa à quelqu...**  
Le MSC Virtuosa vient de quitter Saint-Nazaire. Avant son départ, nous avons pu...



3,4 K Partages 1,3 K Commentaires 715

Copier le lien vers la ... Voir la publication

**Quartier - Jérôme Berger - Doulos**  
https://www.facebook.com/bergerj...  
26 SEPTEMBRE

**Alimé par pierresabouraud\_pro et 1 678 autres personnes**

26 SEPTEMBRE



- **LA PUBLICITE EN LIGNE. Une stratégie offensive malgré la crise sanitaire qui a permis d’adapter les campagnes publicitaires au jour le jour et de communiquer en dehors des supports traditionnels.**
  - **Sur Facebook** : un budget investit de 13 000€, un ciblage national, régional et local, pour promouvoir la destination et les visites, 5.3M de vues, près de 50 000 clics et 2.5% de conversion.
  - **Sur le web et les moteurs de recherche (Google)** : une stratégie musclée de web marketing, en *search* (recherches des internautes) et en *display* (bannières publicitaires). Un budget de 5 300€, une vingtaine de campagnes différentes pour un total de 815 000 vues, près de 35 000 clics et 900 conversions. Les campagnes les plus performantes : les visites l’été, les visites adaptées pour les familles et les croisières découvertes.

- **La GRC (Gestion de la Relation Client)**

- Environ 50 campagnes ponctuelles ou permanentes à destination du grand public et des professionnels.
- De plusieurs natures : informations, notamment au moment des vacances scolaires, rappel des visites à venir, remerciements après une visite, marketing. En 2021, une stratégie de GRC spécifique pour accompagner le projet Espadon.
- Pour les informations dédiées à la promotion des visites : près de 20 000 envois à chaque newsletter.
- Taux d'ouverture très bon situé entre 30 % et 50 %.

**>> La production des supports (budget 74 000 €)**

En dépit du contexte, l'année 2021 a de nouveau été une année de production soutenue. Les supports sont nombreux et variés. Des adaptations toutefois pour répondre à la situation de crise sanitaire et à l'absence des clientèles étrangères : les quantités ont été revues et le guide touristique en version étrangère n'a pas été produit en 2021. Un nouveau support en revanche a vu le jour : « Les incontournables de Saint-Nazaire et en Brière » en 4 langues : français, anglais, allemand et espagnol.

- **Environ 90 supports** produits sur l'ensemble de l'année (visites, patrimoine, destination).
- **Pour accompagner l'ensemble de nos missions** : la promotion, l'exploitation des sites de visite, la médiation, l'administratif.
- **Notamment :**
  - **Le guide des visites 2021 - 340 000 ex.**
  - **Le guide touristique de la destination 2021 en français - 10 000 ex.**
  - **La brochure à l'attention des groupes 2021 – 1 500 ex.**
  - **Les dépliantés déclinant le programme de la Saison patrimoine – près de 20 000 ex.**
  - **Et aussi :** dossiers de presse, plans, affiches, flyers, cartes à gratter, kakémonos, panneaux informatifs, insertions pubs, goodies, supports numériques, outils de médiation...
  - **Un temps fort : le sous-marin Espadon**

**Dans le cadre du déploiement de la marque Saint-Nazaire Renversante :**

- **Nouvel adhésivage des kiosques de la base sous-marine**
- **Textiles** (tenues équipés) : 65 parkas / 110 *softshells* / 200 doudounes / 120 gilets / 90 chaussures 90 polos / 80 pantalons / 400 tours de cou / 190 marinières / 400 masques





## >> La Presse

Concernant les relations avec la presse et les influenceurs, le contexte sanitaire a également eu des conséquences, surtout sur les six premiers mois de l'année, compte tenu de la fermeture de nos sites de visite et des contraintes sanitaires. L'essentiel des actions ont pu avoir lieu entre juin et décembre 2021. En 2021, la restauration de l'Espadon a permis de beaucoup nourrir les relations presse.

- **9 conférences et points presse en 6 mois**
  - Visite du chantier de restauration et de valorisation du sous-marin Espadon à l'écluse fortifiée (7 mai 2021)
  - Renouvellement du partenariat entre les Chantiers de l'Atlantique et Saint-Nazaire Agglomération Tourisme à Escal'Atlantic (25 juin 2021)
  - Lancement de saison et inauguration exposition « Figures de Brière » à Saint-André-des Eaux – avec la commune de Saint-André-des-Eaux et le Parc naturel régional de Brière (2 juillet 2021)
  - Inauguration du sous-marin Espadon (7 juillet 2021)
  - Présentation de la programmation de la Saison patrimoine (13 juillet 2021)
  - Bilan de saison estivale avec la Ville de Saint-Nazaire (24 août 2021)
  - Présentation des Journées Européennes du Patrimoine avec les partenaires (Service patrimoine de la Ville, ...) (7 septembre 2021)
  - Présentation de la programmation de la Saison patrimoine d'automne (18 octobre 2021)
  - Présentation de la programmation de Traversée en famille (8 novembre 2021)
- **20 accueils de presse/influenceurs, 7 nationalités**, en partenariat avec Loire Atlantique Développement, Solutions & Co et Traversée moderne d'un vieux pays. Notamment :
  - 111 lieux en Loire-Atlantique, guide touristique français
  - Aiko Sogo, blog japonais
  - Bruno Maltor, grand influenceur tourisme français
  - Camping-car magazine
  - EBike, magazine français dédié au vélo
  - Endurofun Tours, journalistes web allemand et néerlandais
  - Esprit d'ici, magazine français sur l'art de vivre
  - Femmes d'aujourd'hui, magazine belge
  - Le Figaro et Figaro Magazine dans le cadre de la Solitaire du Figaro
  - Le monde du camping-car
  - Radioreiser pour la radio allemande
  - Rai, télé italienne
  - Youupi, influenceuse chinoise dans le cadre de TMVP
- **Dossiers et communiqués de presse**
  - **4 dossiers de presse majeurs** : de la destination (annuel, en français et en anglais), lancement de saison, bilan de saison.
  - **15 communiqués de presse réguliers** : que faire pendant les vacances, les pépites de Saint-Nazaire Renversante, un week-end à Saint-Nazaire



### Focus Espadon

Le projet de restauration de l'Espadon a constitué une très belle opportunité de communication et a créé une puissante dynamique en termes de relations presse.

>> **2 dossiers de presse et des communiqués de presse dédiés**

>> **3 partenariats avec de grands médias régionaux** : France 3, Ouest France et France Bleu : couverture éditoriale, jeux concours, messages et événements dédiés pour les abonnés, tiré à part.

>> **Pour toucher la presse nationale** : un accompagnement a été sous-traité à l'agence spécialisée The Desk.

>> **Très forte mobilisation de la presse locale**

>> **JT nationaux et régionaux** : TF1, France 2, BFM TV, France 3, TéléNantes

>> **Des retombées de la presse nationale**, notamment : France Info, 20 minutes, Le Figaro, Geo, Télé Loisirs, Télé 7 jours, Notre Temps, Science et vie Junior, Mon quotidien...

■ **Retombées presse**

● **Dans la presse écrite : environ 92 articles (contre 70 en 2020)**

- 79 articles dans la presse écrite (Ouest France, Presse Océan, l’Echo, 20 minutes)
- 11 articles dans la presse nationale (Le Figaro, Le Figaro Magazine, Esprit d’ici, Télé 7 jours, Femmes actuelles jeux, Sciences et vie junior, Mon quotidien)

● **A la radio**

- Interviews réguliers avec France Bleu Loire Océan : « la minute de l’office de tourisme », chaque vendredi, presque toute l’année, à 11h50, en direct (45 passages antennes), « un objet, une histoire », 1 mercredi par mois, de septembre à mai, à 9h25, en direct, saison 2 (9 passages antennes), chaque semaine, l’été pour promouvoir l’offre touristique de Saint-Nazaire.

- Interviews ponctuelles : France Bleu Loire Océan (la minute éco, les sorties, ...), Kernews (agenda des sorties), NRJ (matinale, décrochage Saint-Nazaire), La Tribu, Radio Fidélité, RCF, RCA (nouveau), France INFO, RTL (actu Espadon)

● **Sur le petit écran : 8 passages télévision**

- France 3 (Journal régional et « Ensemble, c’est mieux ») et Télé Nantes
- 2 JT TF1 (en mai, un vendredi soir, 20h sur le sous-marin Espadon et le samedi 29 mai à 13h, un week-end autour de Saint-Nazaire)
- JT France 2 sur l’Espadon (en mai)
- BFM TV (journal du 19/08, minute culture)
- France 5 (Science Grand Format sur le paquebot France)

**Reportage de TF1 sur le chantier de restauration de l’Espadon, EAE (équivalent publicitaire) = 300 000€**



L’Espadon, sous-marin mythique fait peau neuve - 19/08

**Des dons pour l’Espadon**

Le sous-marin Espadon, bientôt redonné propre comme un sou neuf, ouvrira ses écailles le samedi 10 juillet. Le parcours scénographique a été remanié.



Depuis la soutenance, c’est le chantier de restauration de l’Espadon qui a été au cœur de l’actualité. Le sous-marin mythique a été remis en état et sera bientôt redonné propre comme un sou neuf. Le parcours scénographique a été remanié et les visiteurs pourront découvrir l’histoire de ce sous-marin à travers de nombreux panneaux explicatifs et des objets personnels appartenant aux équipages.

**36 000€ donnés**  
Cela dit, ces travaux coûtent cher : 450 000 € pour la restauration complète du sous-marin. Mais, grâce à la générosité de nombreux donateurs, le budget a été largement dépassé. Ainsi, 36 000 € ont été versés par la Fondation de la Ville de Saint-Nazaire, 10 000 € par la Fondation de la Ville de Nantes, 5 000 € par la Fondation de la Ville de La Roche-sur-Yon, et 10 000 € par la Fondation de la Ville de Saint-Gilles-Croix-Verte.



### 4.3. Les partenariats engagés au cours de l'année 2021

La SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme est engagée par des partenariats de deux natures :

- . avec les entités homologues locales,
- . par une adhésion aux réseaux professionnels régionaux et nationaux.

#### 4.3.1. Les partenariats avec les entités homologues locales

Il s'agit de coopérations non formalisées en direct avec les Offices du Tourisme du territoire, de groupement de commandes pour des opérations mutualisées, en cohérence avec la dynamique des collectivités de tutelle. En 2021, les coopérations suivantes ont été menées :

- **Avec la SPL Pornichet la destination**, ce sont des relations permanentes qui sont entretenues entre les équipes, au titre de l'Office de Tourisme ou en faveur du développement du tourisme d'affaires. La SPL Pornichet la destination est intégrée au groupe qualité des circulations douces piloté par Saint-Nazaire Agglomération Tourisme.
- **Avec la SPL Office de Tourisme La Baule – Presqu'île de Guérande**, ce sont des relations régulières entre la Direction et les équipes de l'Office de Tourisme sur des sujets stratégiques ou opérationnels à l'instar des rencontres avec les Greeters (voir mission Office de Tourisme Intercommunal), d'accueils de presse mutualisés...
- **A l'échelle du territoire Bretagne Loire Océan** (de la Vilaine à Pornic), impliquant les collectivités de tutelle dans le cadre d'un contrat de destination signé avec la Région Bretagne :
  - Etude stratégique et opérationnelle sur les coopérations à mener entre territoire.
  - Mise en place de l'étude des flux touristiques avec Orange Flux vision (voir page 45 et suivantes).
- **Avec le Voyage à Nantes**
  - Parcours Estuaire Nantes <> Saint-Nazaire : le paysage, l'art et le fleuve. Une troisième œuvre a été inaugurée début 2021 dans la pince de crabe du port de Saint-Nazaire : « Le pied, le pull-over et le système digestif » de Daniel Dewar et Grégory Gicquel.
  - La Traversée moderne d'un vieux pays est un concept impulsé en 2018 avec pour objectif de promouvoir la destination auprès des marchés étrangers, de générer des retombées économiques et sociales sur les territoires, d'utiliser la complémentarité et la singularité des territoires valorisés sous une même bannière. La crise sanitaire a imposé depuis 2020 la réorientation du projet avec une promotion forte de l'itinéraire auprès des clientèles françaises et des marchés étrangers de proximité. 2021 a également permis de poursuivre et de renforcer tout le travail engagé sur la dimension cycliste du parcours. La destination La Baule – Presqu'île de Guérande a rejoint le groupement en 2021.

Nantes, Saint-Nazaire,  
Rennes, Saint-Malo,  
jusqu'au Mont-Saint-Michel

## TRAVERSÉE MODERNE D'UN VIEUX PAYS

COMMUNIQUÉ  
DE PRESSE

NOUVEAUTÉ : NANTES <>  
LE MONT-SAINT-MICHEL À VÉLO

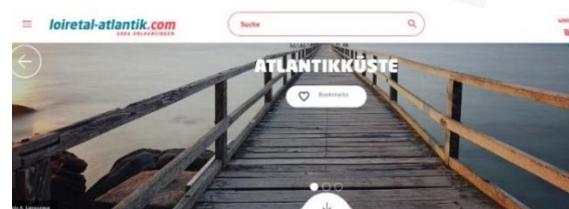


CONTACTS PRESSE  
NANTES METROPOLE : SERVICE PRESSE 02 40 99 87 06  
LE VOYAGE À NANTES : EUGÈNE BARDET EUGÈNE.BARDET@NANTES.FR  
SAINT-NAZAIRE AGGLOMÉRATION TOURISME : MARIE BIBARD BIBARD@SAINT-NAZAIRE-TOURISME.COM  
OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL SAINT-MALO BÂSE DU MONT-SAINT-MICHEL : VIRGINE LIZON V.LIZON@SAINT-MALO-TOURISME.COM  
DESTINATION RENNES : VINCENT AUBREY V.AUBREY@DESTINATIONRENNES.COM



- **Avec le département de Loire-Atlantique**  
Saint-Nazaire Agglomération Tourisme est signataire de la charte de développement durable du Conseil départemental de Loire-Atlantique.

La coopération est également permanente **avec Loire-Atlantique Développement (LAD)**, l'opérateur touristique pour le Conseil départemental de Loire-Atlantique. Des opérations collectives et des relations professionnelles sont régulièrement programmées, notamment les Instants T. LAD coordonne également une démarche de promotion mutualisée à plusieurs territoires du littoral (Saint-Nazaire, Pornic, Saint-Brevin, La Baule et Pornichet) sur la thématique « **La mer en hiver** ». Cette promotion commune donnant lieu à un cofinancement s'articule autour de plusieurs actions : affichage urbain print et digital, insertions dans la presse nationale, articles dans Ouest France, publicités sur France Bleu Loire Océan, un site web dédié, l'accueil de bloggeurs, publications sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, une convention est établie entre la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme et Loire-Atlantique Développement, relative au programme de promotion sur les marchés allemand et néerlandais « **Atlantikküste** » associant la région Pays de la Loire et la Nouvelle Aquitaine. Ce partenariat a notamment donné lieu en septembre 2021 à la réalisation d'un reportage photos sur la destination réalisé par le photographe Farid Makhoulouf.



In Frankreich eines der beliebtesten Reiseziele am Meer. Mit ihren vielfältigen Gestaden, über 450 km naturbelassenen, felsigen oder sandigen Küstenstreifen, den berühmten Badeorten La Baule und Les Sables d'Olonne, den Inseln Normoutier und Yeu in der Vendée... Besuchen Sie eine der beliebtesten Meeresküsten Frankreichs. Mit ihren 450 km können

- **Avec la région des Pays de la Loire et l'agence de développement Solutions&Co**  
Saint-Nazaire Agglomération Tourisme participe régulièrement aux actions de concertation menées par le Conseil régional des Pays de la Loire et ses deux opérateurs touristiques. Par le statut de SPL, le Directeur de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme est intégré au Conseil d'administration du Comité régional du Tourisme des Pays de la Loire.

En 2021, la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a poursuivi son adhésion à plusieurs dispositifs régionaux, dont :

- . « vogue & vague » pour promouvoir l'offre de croisière et la destination sur le positionnement du nautisme.
- . « Atlantikküste » (voir ci-dessus avec le département).
- . l'e.pass jeunes Pays de la Loire pour permettre aux jeunes de profiter de leur crédit alloué par la région pour visiter les sites et visites de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme.



#### 4.3.2. Les adhésions aux groupements et fédérations

La diversité de ses missions conduit la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme à adhérer aux réseaux régionaux et nationaux ci-dessous.

**Au titre des visites d'entreprise avec les Chantiers de l'Atlantique, AIRBUS et Grand port maritime, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme adhère à deux associations.**

- L'association régionale des Pays de la Loire « Visitez nos entreprises », en faveur de la qualité et de la promotion des visites d'entreprises. L'association permet d'accéder au label Qualité Tourisme®, de bénéficier d'une promotion régionale, de s'inscrire dans la programmation des journées régionales de la visite d'entreprise.
- L'association nationale « Entreprise et découverte » en faveur du développement et du rayonnement national et international du tourisme des savoir-faire français. Dans ce cadre, les visites d'AIRBUS et des Chantiers de l'Atlantique sont intégrées au label « savoir-faire d'excellence » soutenu par le Ministère des Affaires étrangères et de l'Europe.



### Au titre de la mission Office de Tourisme

- Adhésion à la Fédération départementale et à la Fédération régionale des Offices de Tourisme. L'échelon départemental apporte un accompagnement dans les démarches qualité.
- Adhésion à ADN Tourisme, organisme institutionnel fruit de la fusion des fédérations représentatives des Offices de Tourisme de France, des Comités départementaux de tourisme et des Comités régionaux de tourisme.  
Ses missions concernent le lobbying, l'accompagnement juridique et stratégique des métiers du tourisme, la programmation de réunions techniques de partage d'expériences ainsi que des programmes de formation.  
L'année 2021 fut marquée par le congrès national ADN Tourisme, à l'occasion duquel fut présentée la stratégie traduite dans un manifeste de 10 engagements en faveur du tourisme du futur.



## LES 10 ENGAGEMENTS D'ADN TOURISME

Nous, organismes institutionnels de tourisme, nous engageons, pour notre réseau, les acteurs de la filière touristique, les territoires et les femmes et les hommes qui y vivent, à :

- 1**  
**PORTER UNE VISION ÉLARGIE DU TOURISME**  
comme levier d'amélioration du cadre de vie
- 2**  
**ACCOMPAGNER LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE**  
de l'activité touristique dans les territoires à dix ans
- 3**  
**SENSIBILISER ET FORMER LES DÉCIDEURS ET LES TECHNICIENS**  
de nos structures pour qu'ils intègrent la dimension responsable dans les stratégies touristiques des territoires et l'ensemble de leurs actions
- 4**  
**FAIRE DE NOS ORGANISMES DES STRUCTURES EXEMPLAIRES**  
dans la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux
- 5**  
**ÉLARGIR LA NOTION D'ACCUEIL TOURISTIQUE À CELLE D'HOSPITALITÉ**  
pour inclure, sans distinction, résidents, visiteurs et voyageurs
- 6**  
**PRENDRE SOIN DE TOUS LES PUBLICS,**  
notamment en termes d'accessibilité et de confort
- 7**  
**STRUCTURER UN RÉSEAU D'EXPERTS SUR LES TERRITOIRES**  
pour accompagner les professionnels dans leur transition responsable
- 8**  
**CRÉER ET VALORISER DES OFFRES TOURISTIQUES**  
favorisant la régulation des flux, les mobilités douces et l'éco-responsabilité
- 9**  
**PROMOUVOIR LA FILIÈRE GASTRONOMIE LOCALE ET LES CIRCUITS COURTS**  
comme leviers d'attractivité et d'animation locale
- 10**  
**REPENSER ET ÉLARGIR LA MESURE DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE**  
aux impacts sociaux et environnementaux

- Enfin la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme adhère à la Fédération nationale des EPL et SPL.

#### 4.4. Les démarches qualité et les labels

Le projet d'entreprise fixe un taux de satisfaction des visiteurs à atteindre de 90 %. Dans ce cadre, il est impératif de s'appuyer sur les labels de qualité. Ce sont des outils de référence adaptés en permanence aux évolutions de la société. Ils constituent des leviers de management et d'accompagnement des équipes au quotidien.

Récapitulatif des labels obtenus avec les dates de renouvellement.

Labels	Services détenteurs	Echéances de renouvellement
	Escal'Atlantic	2022
	Sous-marin Espadon	2022
	Ecomusée	2022
	Visites AIRBUS	2022
	Visites du Grand port maritime	2023
	Office de Tourisme intercommunal	2023
	Chantiers de l'Atlantique	2025
	EOL	2025

Les autorités instruisant le label Accueil vélo ont reporté à 2021 les audits de renouvellement.

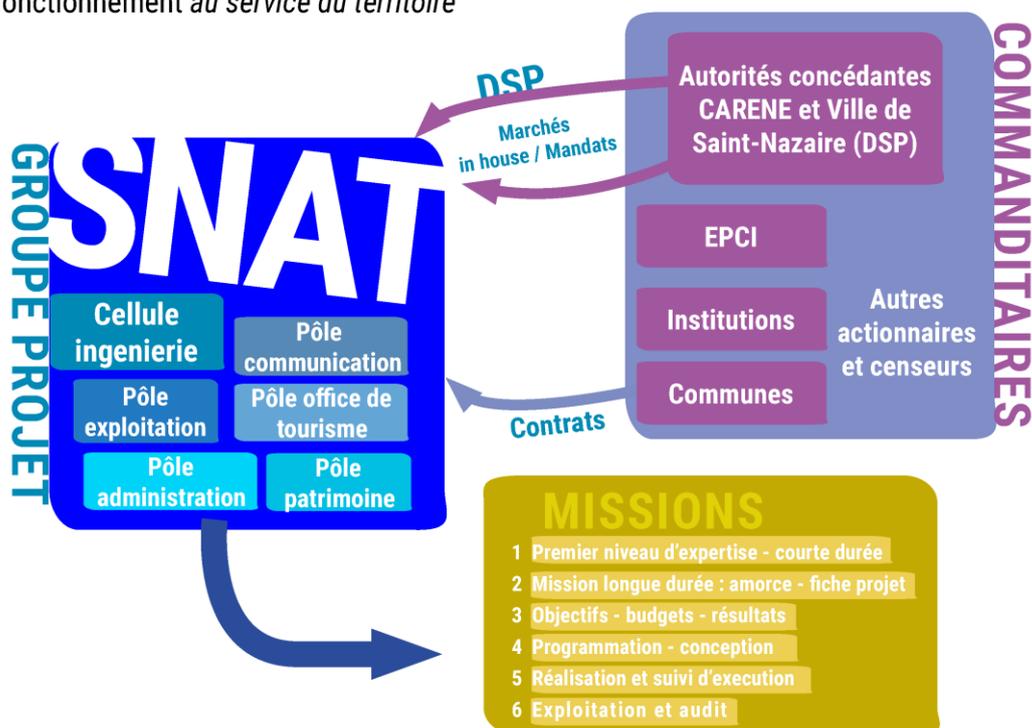
	Escal'Atlantic	2020
	Sous-marin Espadon	2020
	Ecomusée	2020
	Office de Tourisme	2020
	Bureau d'Information Saint-André-des-Eaux	2022

N.B. : La mesure du taux de satisfaction est également abordé page 50 du présent rapport dans le paragraphe « observation des publics ».

## 4.5. Les actions d'ingénierie à destination des partenaires

Les différentes missions d'ingénierie impulsées, menées et terminées en 2021 sont classées ci-dessous en fonction des commanditaires. Les missions qui ne relèvent pas de la Délégation de Service Public font l'objet d'un mandat spécifique avec règlement des prestations. L'année 2021 a été marquée par un fort investissement de la cellule ingénierie au premier semestre sur le projet d'expérience de visite du renouvellement de la scénographie de l'Espadon.

### Une cellule ingénierie au service des projets un fonctionnement *au service du territoire*

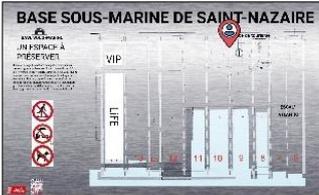


#### Pour les communes de la CARENE

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
<b>Mise en valeur du site de la Chaussée-Neuve pour la commune de Saint-André-des-Eaux.</b>	Mission menée avec le Parc naturel régional de Brière comprenant une phase étude, diagnostic, préconisation pour la mise en valeur touristique et environnementale du site.	Présentation du projet aux acteurs économiques du site en octobre 2021. Ecriture du cahier des charges pour l'installation d'un Tiny Office sur le site. Etude de maîtrise d'œuvre en cours sur le site.	

<p><b>Etude de mise en valeur touristique sur le Domaine de l'Ormois à Montoir-de-Bretagne</b></p>	<p>Mission d'étude du potentiel touristique et de programmation de mise en valeur du domaine de l'Ormois, manoir du XVIIIe siècle et témoin de l'histoire de la commune.</p>	<p>Rencontres individuelles et groupes avec les acteurs, habitants et élus entre janvier et avril 2021. 4 ateliers participatifs thématiques avec les élus et les acteurs en septembre-octobre 2021. Lancement de la programmation en novembre 2021.</p>	 
--	--	--	---

**Pour la CARENE via mandats spécifiques**

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
<p><b>Conception et réalisation d'une nouvelle signalétique pour l'ensemble fortifié de Saint-Nazaire</b></p>	<p>Mission de création collaborative d'une nouvelle signalétique d'information, d'orientation et de signalisation pour les équipements de la base sous-marine et de l'écluse fortifiée de Saint-Nazaire.</p>	<p>Février 2021 : abandon de la consultation précédente. Septembre 2021 : séminaire de travail et de cadrage de la mission avec les élus Fin 2021 : nouvelles propositions de travail en interne Livraison 2022</p>	
<p><b>Conception et réalisation d'une nouvelle signalétique renversante pour la Place Sépard</b></p>	<p>Création et réalisation d'une signalétique « renversante » d'accueil touristique sur la place Sépard à Saint-Nazaire</p>	<p>Lancement de la mission : juin 2021 Présentation des premières pistes créatives : novembre 2021 Livraison en 2022</p>	
<p><b>Diagnostic partagé des itinéraires cyclables à vocation touristique du territoire de la Carène</b></p>	<p>Préparation et lancement d'une consultation pour un diagnostic des pistes cyclables touristiques. Mission portée avec le Groupe Qualité mobilités Douces.</p>	<p>Rendu définitif et validation : juin 2021. Intégration aux schémas Carene et préparation de la feuille de route du Groupe qualité mobilités douces 2022-2025</p>	

<p><b>Conception et suivi de chantier de 4 fresques sur les châteaux d'eau de la CARENE</b></p>	<p>Mission de conception graphique d'un habillage graphique « renversant » sur les châteaux d'eau appartenant à la CARENE.</p> <p>Premier château d'eau concerné : Cordionnais (Montoir-de-Bretagne)</p>	<p>Travail de conception : janvier à juin 2021.</p> <p>Validation : juillet 2021.</p> <p>Réalisation : septembre 2022</p>	
---	--	---	---

### Dans la mission ingénierie de la Délégation de Service Publique

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
<p><b>Suivi et animation de la mise en tourisme sur le port de Rozé (Saint-Malo-de-Guersac)</b></p>	<p>Mission de mise en tourisme et de suivi du site de Rozé.</p> <p>Réunions d'animation régulières (3 / an) avec les acteurs et animateurs du site.</p>	<p>Ecriture d'une charte des usages pour l'animation du site de Rozé.</p> <p>Mise en application par cote au bureau municipal de Saint-Malo-de-Guersac en décembre 2021</p>	
<p><b>Suivi de la mise en tourisme sur le site de Fédrun (Saint-Joachim)</b></p>	<p>Mission de mise en tourisme et de suivi de valorisation de l'île de Fédrun.</p>	<p>Lancement consultation CARENE. Attente prestataire maîtrise d'œuvre. Début de conception : 2022</p>	
<p><b>Mission Saisonnalité touristique</b></p>	<p>Mission de coordination et de pilotage d'une cellule trans-services consacrée à tous les aspects de la saisonnalité touristique de Saint-Nazaire.</p>	<p>Bilan annuel en janvier.</p> <p>Mission suspendue du fait de la mission Espadon.</p>	
<p><b>Etude sur un schéma d'accueil des camping-cars sur le territoire de la CARENE</b></p>	<p>Etude sur l'accueil des camping-caristes sur le territoire de la CARENE.</p> <p>Diagnostic, état des lieux, préconisations et écriture d'un schéma d'accueil</p>	<p>Présentation CA : février et juin 2021.</p> <p>Définition d'un pré schéma : décembre 2021</p> <p>Livraison premier semestre 2022</p>	

## 5. Les actions menées au titre des missions relevant de la conservation et de la valorisation du patrimoine de la Ville de Saint-Nazaire

### 5.1. La vie des œuvres : gestion, conservation, acquisition, diffusion

Enrichir le patrimoine, conserver les œuvres, construire la connaissance font partie des missions essentielles du musée. L'Écomusée de Saint-Nazaire présente 3 orientations majeures quant à ses collections et ses axes de travail :

- | La ville, territoire, histoire et société
- | Le patrimoine des paquebots construits à Saint-Nazaire
- | Le sous-marin *Espadon*

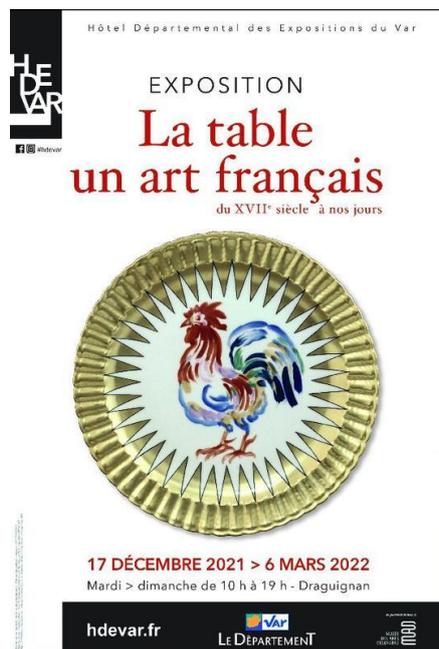


Le chantier du sous-marin *Espadon* a mobilisé l'ensemble de l'équipe des collections sur une grande majorité de l'année, permettant de résorber une partie du déficit de travail scientifique jamais réalisé depuis 30 ans. La régisseuse technique des collections, Anne-Lise Jarlegan, a quitté le service en mai 2021, réduisant l'équipe à 2 personnes. Ces deux facteurs ont eu un impact fort et négatif sur les missions de fond et continues qui sont à effectuer annuellement.

#### 5.1.1 Prêts d'œuvres

Après les confinements successifs qui ont arrêté les musées emprunteurs dans leurs expositions, une exposition a pu enfin voir le jour. Les collections du patrimoine des paquebots de l'Écomusée y ont largement contribué.

Lieu	Raison	Dates	Nbre d'œuvres
Hôtel départemental des expositions du Var - Draguignan	Exposition <i>La table un art français : du XVII<sup>e</sup> siècle à nos jours</i>	17 décembre 2021 – 6 mars 2022	37
<b>TOTAL</b>			<b>37</b>



Reconstitution d'une table de la salle à manger du paquebot *Normandie* (1935)

## 5.1.2 Acquisitions

Par la Loi Musées de France de 2002, l'Écomusée doit poursuivre de façon raisonnée l'enrichissement des collections au profit du patrimoine d'intérêt local et national. *L'acquisition s'entend soit à titre onéreux, soit à titre gratuit sous forme de dons.*

Le patrimoine du musée bénéficie de deux statuts qui induisent des protections un peu différentes d'un point de vue du Code du patrimoine. Les deux sont bel et bien un patrimoine relevant du musée et procèdent ainsi d'une gestion antérieure qui devra à terme être résolue pour une meilleure gestion et protection des œuvres.

| Collections inscrites à l'inventaire  
*objets 3D et 2D, documents, photos, films...*

| Fonds patrimoniaux  
*photographies, plans, films, documents*

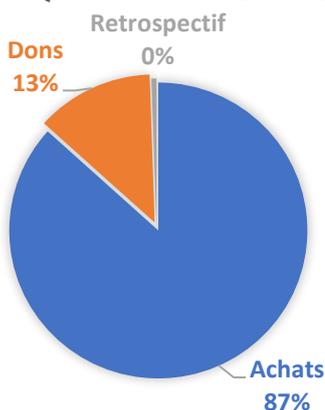
### Acquisitions collections

- **25 achats** correspondant à 319 items, dont 179 en ventes publiques ;
- **8 dons** correspondant à 47 items ;
- 2 inscriptions à l'inventaire rétrospectif.

### Acquisitions fonds patrimoniaux

- 181 nouvelles acquisitions de documents iconographiques**
- 72 cartes postales
  - 106 tirages photographiques

#### TYPE D'ACQUISITIONS SUR L'ANNÉE 2021



Pour l'année 2021, les achats (hors frais) représentent un total de **6 999,03 €**.

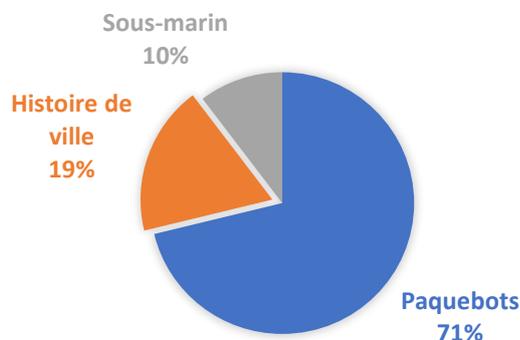
Tous frais compris, cette somme représente **8 462,50 €**.

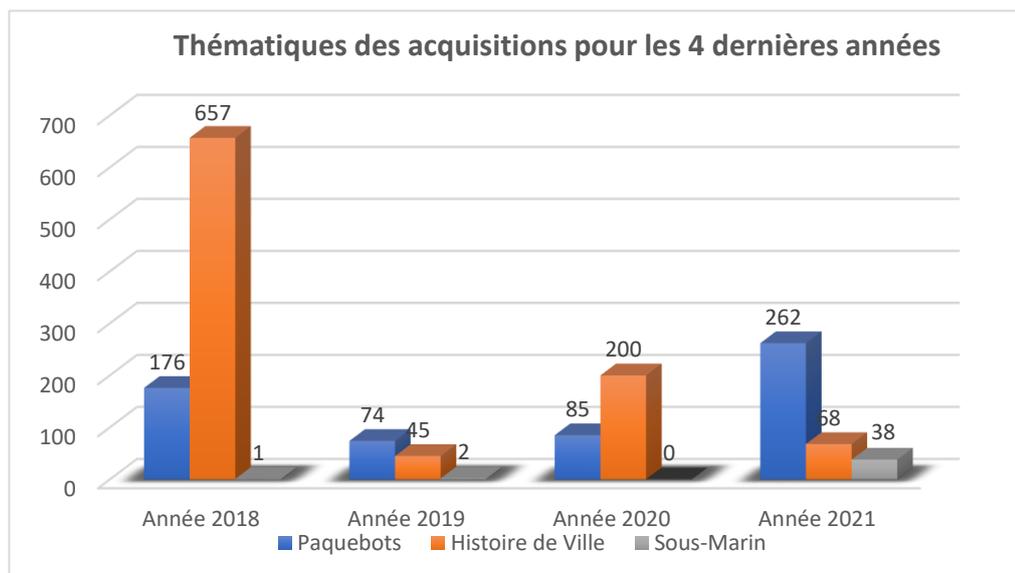
### Thématique des acquisitions

**368 items** ont été acquis dans le courant de l'année 2021 :

- 262 items sur la thématique **paquebots**,
- 68 items sur la thématique **ville**, dont 2 inscriptions à titre rétrospectif
- 38 items sur la thématique du **sous-marin Espadon**.

#### ACQUISITIONS COLLECTIONS - ANNÉE 2021

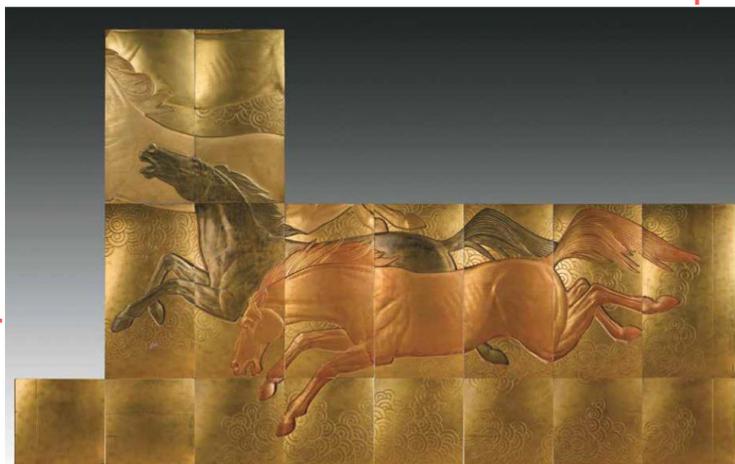




### Focus : des laques du paquebot *Normandie* (1935) en vente publique

Des laques de Jean Dunand créées pour le salon fumoir de 1<sup>re</sup> classe du paquebot *Normandie* (1935), pièces exceptionnelles et rares, ont été **présentées en vente publique au Havre le 20 février 2021**. L'Écomusée compte quatre panneaux du même artiste-décorateur exposés dans Escal'Atlantic, provenant d'un autre ensemble thématique.

Avec le soutien de la collectivité, un très important travail s'est mis en place avec le Service des musées de France au ministère de la Culture. Une demande de reconnaissance « trésor national » qui induit une interdiction de sortie de territoire – tempérant ainsi les ardeurs des collectionneurs, ainsi que le recours au droit de préemption ont été demandés. Si le premier n'a pas reçu l'aval du ministère, le second a été accordé. **Le montant des enchères n'a pas permis d'acquérir l'œuvre mais cette opération a montré la capacité de mobilisation** des collectivités (Ville et Région des Pays de la Loire), du ministère qui accordait une subvention supérieure au taux plafond habituel et d'entreprises privées qui s'étaient engagées dans un mécénat conséquent.



### Le legs Mickelson

*Le legs permet, par disposition testamentaire, de remettre une œuvre ou des œuvres à l'État ou à un musée public. L'œuvre entre alors dans les collections à la mort du testateur.*

L'Écomusée de Saint-Nazaire – musée de France est l'un des légataires désignés par Madame Liliane Chabeaudie – Mickelson. Le legs a été accepté par délibération du Maire de Saint-Nazaire.

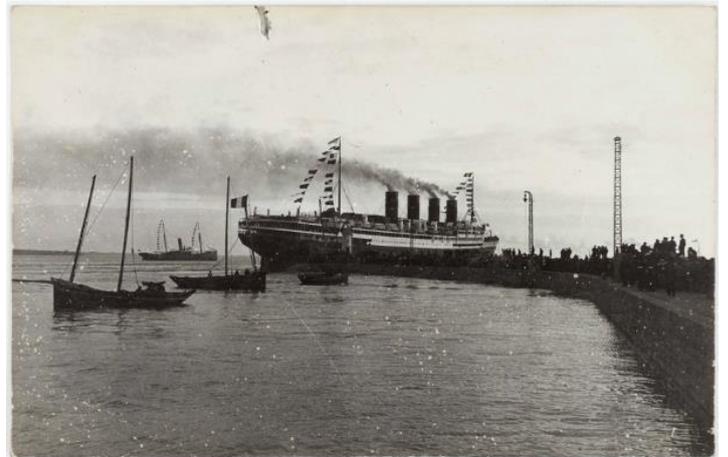
#### >> une dimension patrimoniale, citoyenne et symbolique

Ce legs, qui représente 275 items essentiellement provenant du paquebot *France* (1962) et un peu de *Normandie* (1935) doit faire l'objet d'une présentation en commission scientifique pour l'acquisition des musées (FRAM), assorti d'un dossier scientifique sur les pièces. **Il n'a pu être traité en 2021, en raison de la concentration des moyens humains sur le projet Espadon et du manque de personnel.**

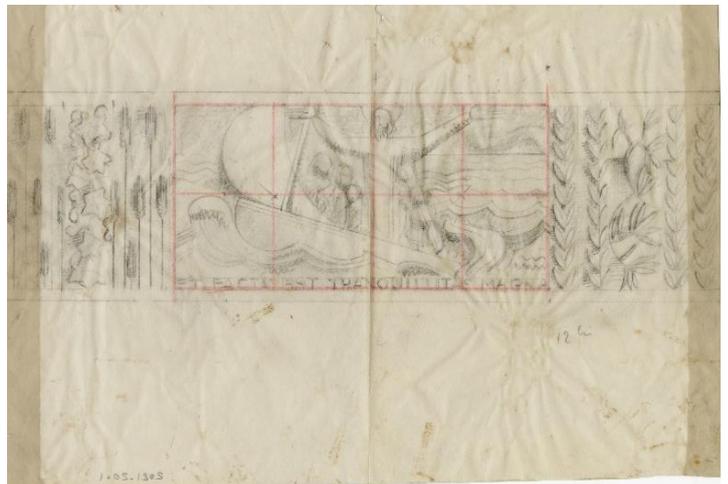
Exemples d'acquisitions collections et fonds patrimoniaux – Patrimoine des paquebots



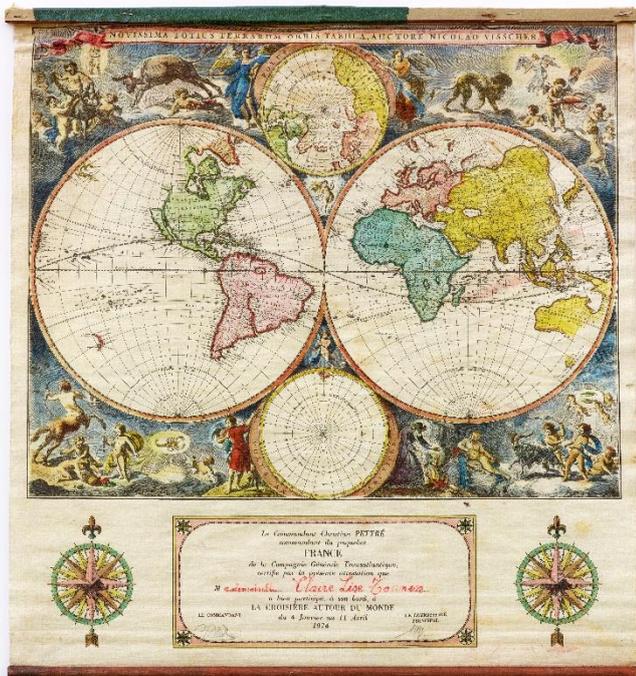
Guéridon du bar-privé du café-grill 2e classe - paquebot Normandie (1935) - Achat en vente publique  
Collection SNAT - Écomusée



Remorquage du paquebot France (1912) devant la jetée ouest de l'avant-port le 3 avril 1912, jour de son départ.  
Photographe : E. Doré. Collection SNAT - Écomusée



Dessin des frères Martel - Jésus calmant la tempête, étude pour le paquebot Normandie (1935) - Achat en vente publique  
Collection SNAT - Écomusée



Planisphère en tissu montrant une carte de la croisière autour du monde de 1974 - paquebot France (1962)  
Achat en vente publique  
Collection SNAT - Écomusée



Menus pour la salle à manger des enfants, décorés par Jacqueline Duché, paquebot De Grasse (1924) - Achat en vente publique  
Collection SNAT - Écomusée

Exemples d'acquisitions collections et fonds patrimoniaux – Histoire de ville



Bandeau émaillé publicitaire de la marque Hauton  
Don de la famille - Collection SNAT - Écomusée



Affiche du concours interrégional féminin de gymnastique  
organisé à Saint-Nazaire en juin 1951  
Achat en vente publique - Collection SNAT - Écomusée



Enfants devant des paquebots transatlantiques (probablement de la  
série des Provinces) à quai dans le bassin de Saint-Nazaire., fin 19<sup>e</sup> siècle  
Photographe inconnu - Collection SNAT - Écomusée



Le voilier *Gina* en cale sèche dans la forme de radoub  
numéro 2. Début 20<sup>e</sup> siècle. Photographe A. Aubert –  
Petit Renaud - Collection SNAT - Écomusée



L'équipe du Vélo Club Nazairien (V.C.N.), au vélodrome du parc  
des sports du Plessis. Années 1950. Photographe inconnu -  
Collection SNAT - Écomusée

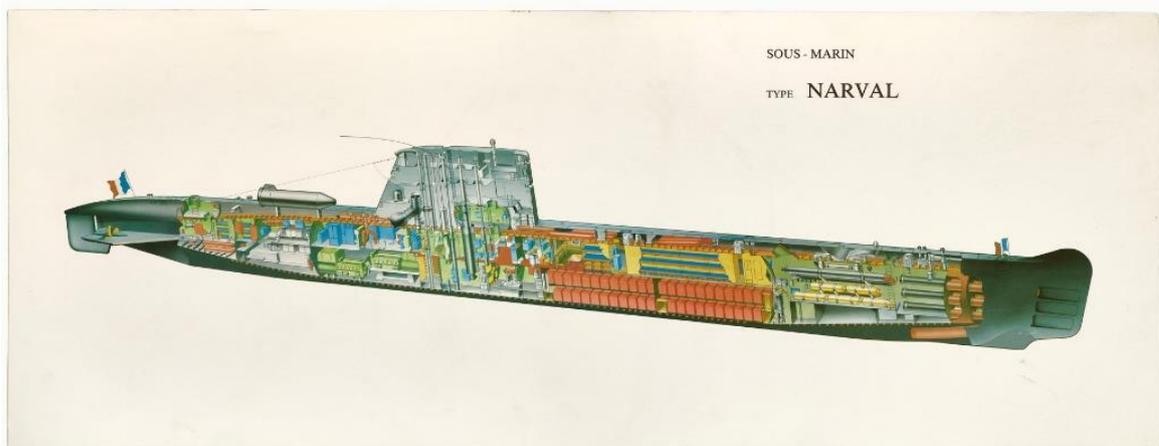
Exemples d'acquisitions collections et fonds patrimoniaux – **Sous-marin Espadon**



Sac de marin en toile personnalisé par un sous-marinier  
Don d'un ancien sous-marinier  
Collection SNAT - Écomusée



Sous-marinier de service de garde sur le pont du sous-marin Espadon tenant l'écoutille. 1977.  
Don numérique d'un ancien sous-marinier  
Collection SNAT - Écomusée



Plan-coupe de sous-marin de type *Narval* utilisé pour la formation des sous-mariniers, à la base de Lorient  
Don d'une association d'anciens sous-mariniers - Collection SNAT - Écomusée



Sous-mariniers sur la banquise devant un sous-marin de type *Narval*. 1965 ? Photographe : Inconnu.  
Don numérique d'une association d'anciens sous-mariniers. Collection SNAT - Écomusée



Sous-marinier devant la table traçante dans le central opérationnel du sous-marin Espadon. Juin 1983. Photographe : A. Clautour  
Don numérique d'un ancien sous-marinier  
Collection SNAT - Écomusée

### 5.1.3 Restorations / conservation curative

Un ensemble d'œuvres sorties du sous-marin ont été traitées par anoxie afin de supprimer toutes les infestations, particulièrement de mites.



Œuvres concernées	Nbre d'items	Traitement	Prestataire	Date
Éléments textiles sortis du sous-marin Espadon (couvertures, rideaux, vestes et pantalons de costume de marins, chemises, vareuses...)	105	Traitement par anoxie statique	Atelier 3PA	mai 2021

### 5.1.4 Récolement décennal

Conformément à la loi « musée de France » du 2 janvier 2004, l'Écomusée de Saint-Nazaire doit procéder au récolement décennal de ses collections – sur pièce et sur place, avant le 1<sup>er</sup> janvier 2026.

Afin de réaliser ces opérations dans les temps, des objectifs ont été fixés en 2018 :

- de 2018 à 2021, récolement annuel de 15 % des items de la collection (afin de palier le retard pris les deux premières années) ;
- de 2022 à 2025, récolement annuel de 10 % des items de la collection.



Au 31 décembre 2019, le chiffre cible transmis à la DRAC était de **8 150 items à récoler**. Au vu du chiffre cible transmis à la DRAC et du retard pris avec les différents confinements, **3 778 items devaient être récolés cette année**.

#### Récolement des arts graphiques

La campagne de récolement des arts graphiques conservés dans la Réserve 1 et commencée à l'été 2018 s'est poursuivie pendant la première moitié de l'année. Cette campagne est prévue pour être réalisée en continu sur plusieurs années, puisqu'il s'agit là de réaliser un récolement « de contrôle », sur des œuvres déjà récolées précédemment.



#### Résultats annuels

Les résultats de l'année sont en-deçà de ceux espérés, ce qui engendrera un nouvel objectif pour 2022-2023 encore supérieur à celui prévu initialement. Il devra impérativement être corrélé au chantier des collections. Le nouveau chiffre cible pour 2022 devra être de 6 105 items.

	2019	2020	2021
NOMBRE D'ITEMS RÉCOLÉS	0	620	1 451
Chiffre cible (objectif annuel)	1 149	2 272	3 778
<b>RÉSULTATS</b>	<b>- 100 %</b>	<b>- 72,7 %</b>	<b>- 61,6 %</b>
	<b>✗</b>	<b>✗</b>	<b>✗</b>

## 5.1.5 Suivi scientifique des collections

### Données Flora spécifiques aux collections (base de données) - 2020

Élément	Nombre
Création de fiches bien	439
Création de fiches restauration	8
Création de fiches exposition	1
Fiches bien relues, corrigées et mises en ligne sur le portail des collections	18
Fiches bien relues, corrigées, pour la prochaine mise en ligne sur le portail des collections	12

### Traitement des arriérés (Voir 5.3. La reprise des arriérés)

La reprise des arriérés de gestion est structurée et planifiée depuis le début de l'année 2018, dans un plan pluri-annuel, ce qui permet à moyen constant d'effectuer un travail régulier au bénéfice des collections.

Peu de temps a été consacré à ce travail en 2021, en raison des paramètres évoqués au début de ce chapitre.

## 5.2 La documentation au service des productions

L'année 2021 est marquée par les conditions particulières liées à l'épidémie de COVID qui ont entraîné des modifications et des aménagements pour le fonctionnement du Centre de Ressources et de Documentation. Le télétravail a permis de continuer plusieurs missions principales, comme la gestion des demandes documentaires externes et internes ou la poursuite de l'enrichissement des fonds, tout en les adaptant. Adaptation d'autant plus nécessaire avec l'arrêt maladie de Thérèse DUMONT (depuis décembre 2019). Son retour à mi-temps thérapeutique à partir du début de l'été n'a pas permis de ramener le centre de ressources à un fonctionnement équilibré. Le contrat de Samantha NOGUÈS sur la mission de recherches des ayants-droits et l'élaboration des contrats de cession des droits d'exploitation s'est terminé le 12 août 2021.

### 5.2.1. Gestion courante des fonds documentaires

Au cours de l'année, les tâches courantes du service Ressources et Documentation sont la veille documentaire, la sélection et réalisation des achats (pour tous types de fonds documentaire), le suivi comptabilité, l'envoi en numérisation pour les photographies et documents et la numérisation interne selon le type de fonds, le conditionnement et le suivi des fonds, l'intégration dans la base de données et l'indexation de l'ensemble des fonds documentaires et patrimoniaux ainsi que la recherche documentaire. À cela s'ajoute désormais la recherche d'ayants-droits pour les photographes dont les fonds sont conservés à l'Écomusée, la gestion et suivi des contrats de cession des droits d'exploitation.

#### Détail des indexations ouvrages et articles

158 nouvelles  
références  
bibliographiques



93 articles



29 monographies



36 titres de périodique

Pour mémoire : 329 références en 2020

>> retards dus à l'arrêt d'indexation à compter du départ du CDD

Les ouvrages proviennent d'achats (neufs ou occasion), de dons ou sont des justificatifs reçus après commande de photographies.

## Iconographie et autres documents fonds patrimoniaux

181 nouvelles acquisitions de documents



72 cartes postales



106 tirages photographiques



3 documents autres

### Prêts pour numérisation

Des particuliers ont proposé au Centre de Ressources et de Documentation des prêts, et particulièrement d'anciens sous-marinières afin d'enrichir les fonds sur le sujet du sous-marin Espadon et du monde des sous-marins en général, qui ont été numérisés ou sont en cours de traitement.

Au total : 398 nouveaux documents iconographiques pour l'année 2021  
dont 345 sur la thématique des sous-marins et de la vue des sous-marinières  
289 pour 2019, 124 en 2020 (COVID)



> 631 nouvelles acquisitions de documents iconographiques et autres pour un montant de 2 437,80 € (frais de port inclus)

### Numérisation des objets et des fonds patrimoniaux

#### Numérisations externes

**139 photographies et 58 objets en collection** ont été numérisés par un photographe professionnel soit **197 items**. En comparaison, 168 numérisations ont été effectuées en 2020.

À cela s'ajoute des commandes plus exceptionnelles, comme la prise de vue d'un cahier de recettes prêté par un ancien sous-marinière et une affiche représentant une coupe du sous-marin Espadon.



> 199 items numérisés pour un montant de 5 500,65 € T.T.C.

Des films sur différents supports ont été numérisés auprès de la société Anaphora, pour un montant total de 392.10€ T.T.C.

Une campagne de prises de vues d'objets de collection a été réalisée et facturée 3 192€ T.T.C. Elle va permettre d'enrichir le portail des collections destiné au public en 2022.



Au total, tous supports confondus, les frais de numérisations pour l'année 2021 s'élèvent à **8 167.98€ T.T.C.**

#### Numérisation internes

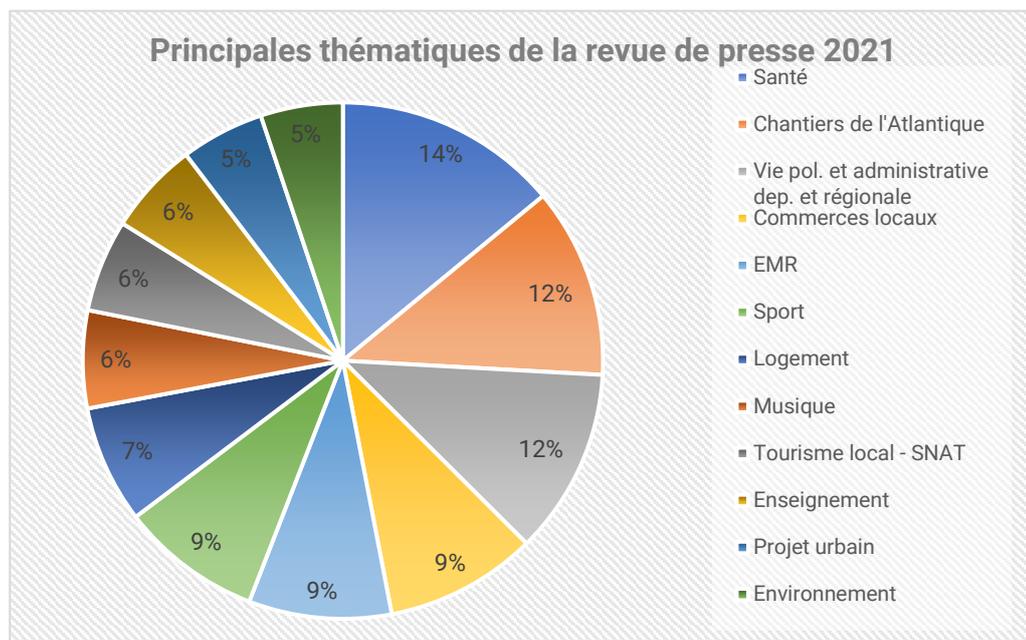
En 2021, **1 232 scans** de documents iconographiques ont été réalisés en interne avec le scanner professionnel (hors objets en collection).

## Revue de presse professionnelle

**2 194 articles** ont été dépouillés et enregistrés sous format PDF

> pour être transmis aux collaborateurs du Pôle Patrimoine, du service communication et du Comptoir des Guides,  
> et pour partie être archivés au titre de la documentation.

La thématique « santé » liée à la situation sanitaire est la plus importante.



## 5.2.2. Gestion et éclairage des droits d'auteurs du fonds photographique de la collection

### Rappel de l'objectif

Les photographies sont utilisées par les différents pôles de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme lors d'expositions, l'impression de documents de communication, de publications sur Internet ou de réalisations audiovisuelles et ont aussi vocation à être diffusées à l'occasion de demandes externes (reportages audiovisuels, presse, publications, ...).

Compte tenu de la forte visibilité et demande de ces images, l'objectif est de recenser l'ensemble des photographes présents dans le fonds photographique de l'Écomusée et d'en régulariser les contrats de droit d'auteur. Ce travail nécessite de croiser les ressources de la documentation, des collections et de la base de données Flora depuis l'ouverture du musée en 1988 à aujourd'hui.

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme peut utiliser et transmettre des documents photographiques dans le respect de la législation française, avec une diffusion plus importante du fonds et notamment un enrichissement du portail des collections en ligne.

### Recherche des auteurs ou ayants droit

En 2021, jusqu'au 12 août, poursuite de la mission de Samantha NOGUES sur la gestion des droits d'auteurs du fonds photographique des fonds patrimoniaux et des objets en collection.



Création de documents :

- Contrat de cession de droits d'exploitation pour une œuvre photographique. Une version plus générale a été créée pour intégrer les documents audiovisuels, croquis, documents, ...
- Attestation de représentation des ayants droits
- Document de présentation « Valorisation du fonds photographique de l'Écomusée »
- Contrat de cession du droit à l'image
- Nouvelles fiches de don et d'emprunt



Création d'un fichier de suivi des demandes de cession de droit d'exploitation :

- Liste de l'ensemble des auteurs par catégories : photographes réalisateurs / éditeurs / agences / presses / ...
- Traçabilité des recherches
- Traçabilité des échanges jusqu'à la réception du contrat signé

 Photographes identifiés comme étant sous droit /probablement sous droit	 Contrats signés	 Pistes de contact (personnes potentiellement identifiées mais non contactées)
310	21	Environ 130

**Nota :** La période d'échange avec les auteurs est relativement importante car les auteurs n'habitent pas Saint-Nazaire ou ne peuvent pas se déplacer. Les échanges se font par téléphone/e-mails avec des personnes souvent âgées. Il faut compter environ :

- **10 jours** entre la première prise de contact (par téléphone) jusqu'à la réception du contrat.
- **1 mois** dès lors qu'il est nécessaire d'obtenir les attestations de représentation d'ayant droit.

### 5.2.3. Les recherches documentaires

#### Recherches internes : un outil indispensable pour mener les projets

> Les recherches documentaires **internes** ont été beaucoup axées sur le sous-marin Espadon. Une dizaine de recherches concernant d'autres sujets s'y sont ajoutées.

Les recherches internes concernent :

- le secteur programmation culturelle : préparations de médiations au musée ou en ville, avec élaboration d'ensembles documentaires, sélection de documents (vidéo, ouvrages, plans...) et fourniture de visuels avec vérification des mentions ;
- d'autres pôles, comme la fourniture de visuels au pôle communication marketing avec vérification des mentions obligatoires.

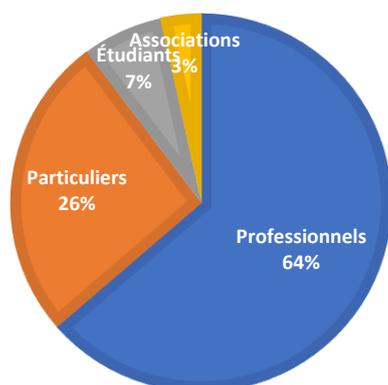
#### Recherches externes : un service expert, qualifié et reconnu

> **88** recherches documentaires **externes** (84 en 2020)



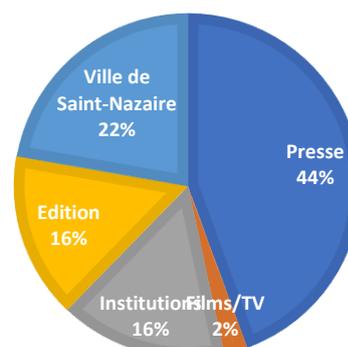
#### Typologie des usagers externes 2021

■ Professionnels ■ Particuliers ■ Étudiants ■ Associations



#### Répartition des professionnels 2021

■ Presse ■ Films/TV  
 ■ Institutions ■ Edition  
 ■ Ville de Saint-Nazaire

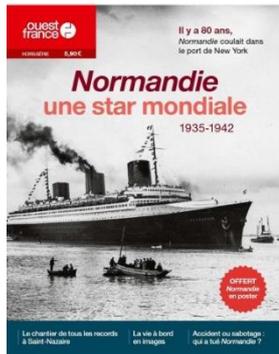


Les **sujets de recherches dominants** sont toujours à peu près identiques au fil des années. Le sujet le plus demandé en 2021 est de nouveau celui des paquebots. Ceux concernant le sous-marin Espadon apparaissent pour la première fois en raison de l'actualité du projet de restauration et de valorisation.

**Services rendus et supports consultés**

> Les services rendus sont **le conseil, la réalisation de bibliographies, la recherche et la sélection de photographies** (en basse définition), ainsi que **la réalisation et la fourniture de photographies sous forme de fichiers haute définition, voire de synthèses documentaires.**

> Les supports les plus consultés sont toujours les photographies, comme les années précédentes.



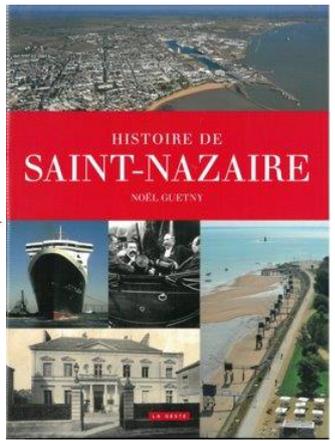
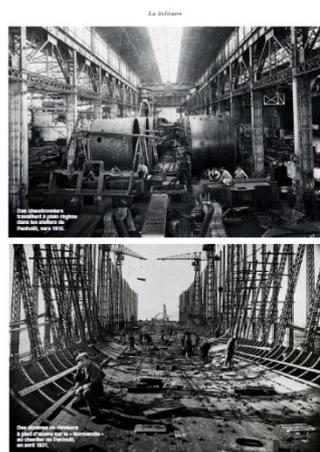
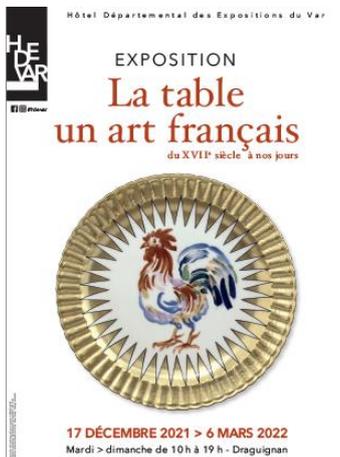
Un important travail a été effectué avec **Ouest-France** pour un hors-série sur le paquebot **Normandie** (1935) : accueil, conseils, fourniture de photographies. Le service a accompagné les auteurs et l'iconographe de Ouest-France Rennes.

Hors-série publié le 12 janvier 2022

**Commandes et fournitures de photographies**

2020 : - **319 fichiers fournis** > 150 photographies et 8 films (2019 : 158 fichiers fournis)  
 - soit 47 contrats établis (2019 : 44 contrats établis)

**Des exemples de publications où figurent les photographies patrimoniales de l'Écomusée**



Catalogue de l'exposition « La table, un art français, du 17<sup>e</sup> siècle à nos jours » où 37 objets issus des collections de l'Écomusée sont présentés, en lien avec le prêt.

Figaro Magazine consacré au Chantiers de l'Atlantique

Publication de Noël Guetny abordant l'histoire de Saint-Nazaire par le prisme des personnalités

**5.2.4. La reprise des arriérés**

Voir 5.3. La reprise des arriérés

### 5.2.5. Réaménagement du centre de ressources

Les espaces de rangement et de travail du centre de ressources étant arrivés à saturation, du mobilier professionnel a été acheté en 2021. Le réaménagement des espaces de travail a débuté en décembre 2021 et se poursuit en début d'année 2022.

### 5.3. Les arriérés : un travail de reprise qui se poursuit

Parallèlement au travail quotidien de saisie et de mise à jour des bases de données, un planning de **10 semaines annuelles de traitement des arriérés** a été mis en place depuis 2018 en collaboration avec les équipes des collections et du centre de ressources.

**En 2021, le projet de restauration et de valorisation du sous-marin Espadon a fortement impacté les équipes.** Non-prioritaires, les **10 semaines ont été annulées**. Plusieurs journées de travail en début et en fin d'année, ont cependant permis d'avancer sur les objectifs établis.

Les objectifs établis sont au nombre de 6, dont 4 annuels et 2 à résoudre sur cinq ans.

#### ▪ Objectifs annuels (2021)

OBJECTIF 1 : Tri et import des photos des A + numérisation des objets

**RÉSULTAT : 93 items traités soit 413 photos reprises. 1 788 photographies importées, dans autant de notices créées et liées aux notices de biens. Objectif rempli pour la reprise de photographies.** L'intégration des photographies dans la base Flora a révélé le besoin de créer des fiches filles non existantes, afin d'y attacher les photographies correspondantes. **351 fiches filles doivent ainsi être créées** en 2022 pour achever ce chantier

OBJECTIF 2 : Reprise des notices photothèque des biens

**RÉSULTAT : Seules 70 notices de biens ont pu être traitées. De ce traitement, 18 notices photothèque ont été modifiées et 5 notices photothèque en doublons ont été supprimées.**

OBJECTIF 3 : Rangement des contrats photothèque

**RÉSULTAT : non réalisé** car Thérèse Dumont en arrêt maladie, puis en temps partiel thérapeutique.

#### ▪ Objectifs sur cinq ans (2018-2022)

OBJECTIF 4 : Reprise de 20 % des notices mères/filles

**RÉSULTAT : reprise de 24 notices mères et 269 notices filles, soit 31,17 % de l'objectif annuel. L'objectif sur cinq ans est rempli à 67,18 %.**

OBJECTIF 5 : Reprise des notices restauration

**RÉSULTAT : reprise de 291 notices restauration qui a engendré la reprise de données dans 2 210 notices de biens. Objectif annuel atteint. Objectif total rempli à 67,18 %** avec 391 fiches restauration reprises, sur un total de 582 fiches.

#### Chiffres-clé du traitement des arriérés 2018 - 2022

**2/5 objectifs atteints**



**413** photographies prises



**1 788** notices créées



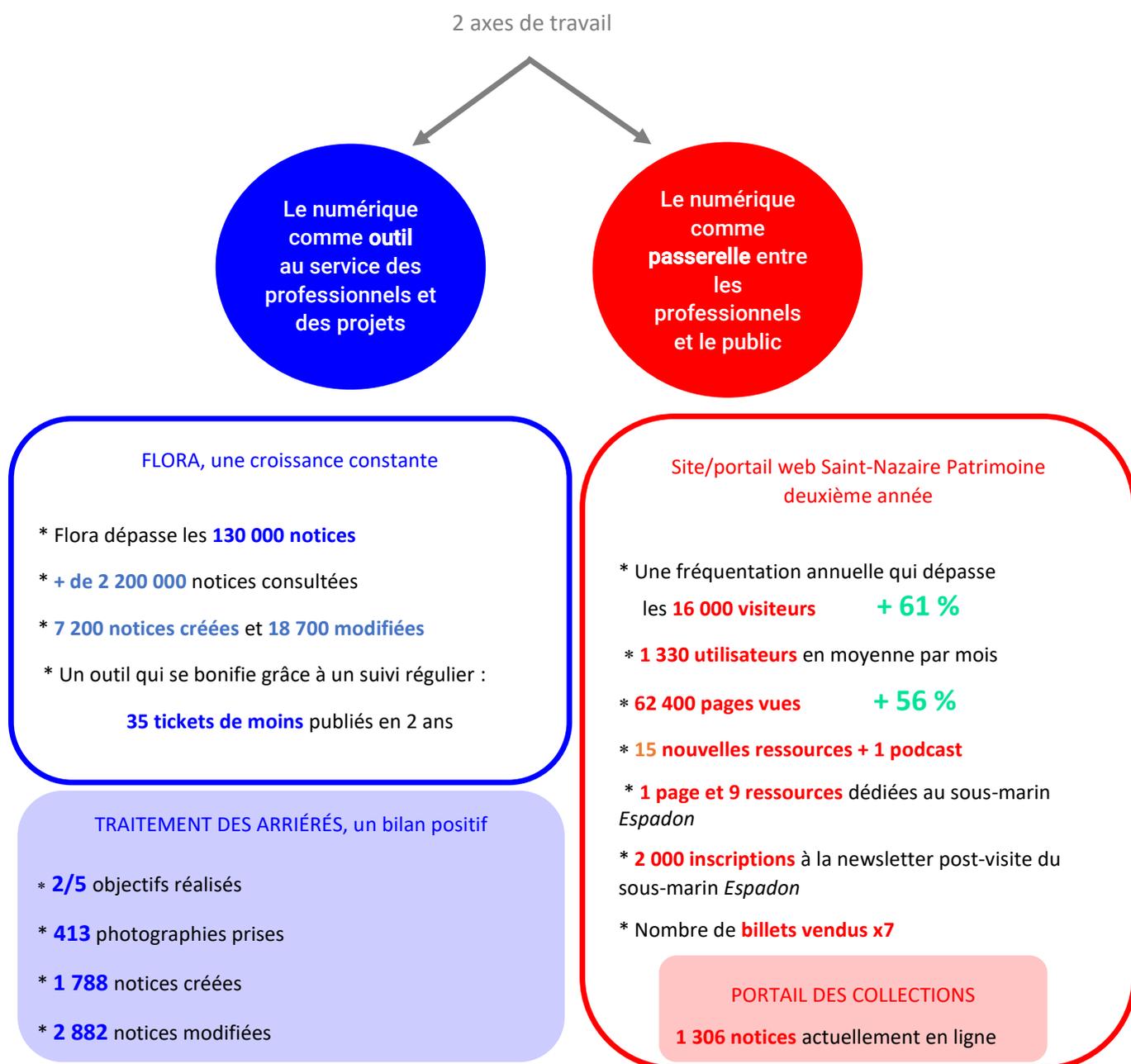
**2 882** notices modifiées

À noter : la reprise des arriérés concerne essentiellement le traitement sur base de données incluant parfois du travail sur les œuvres elles-mêmes (photographies, prise de mesures, marquage), mais pas le traitement de fonds en souffrance.

## 5.4 Patrimoine et numérique, un axe de développement prioritaire

Le numérique permet une **gestion quotidienne des ressources liées aux collections et fonds**. Il est aussi un **outil de facilitation de l'accès au patrimoine** pour les professionnels comme pour le public, soit sur place en lien direct avec lui, soit à distance. Enfin, il favorise et accompagne la mobilité.

« Patrimoine et numérique »



### 5.4.1. Les bases de données FLORA

**36 190** recherches effectuées

**2 271 330** notices consultées

Depuis juillet 2016, **FLORA Musées** est le système de gestion et de valorisation des collections et des fonds conservés par l'Écomusée de Saint-Nazaire. FLORA Musées confirme le fait d'être un **outil de travail dynamique, utilisé**

quotidiennement, indispensable à l'équipe et permettant de maîtriser l'évolution et l'accroissement constant des données.

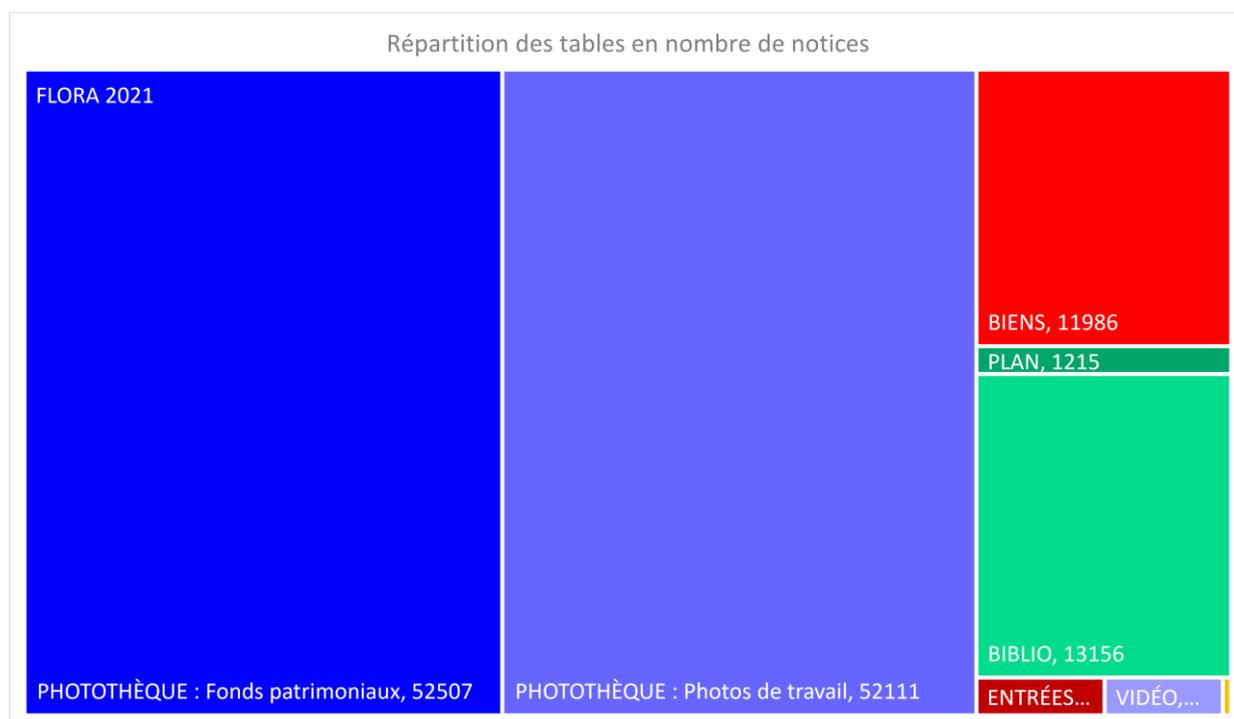
Un TOTAL de :

**131 396 notices** dans les six tables documentaires FLORA Musées

**137 674 notices** dans l'ensemble des tables FLORA Musées

Afin de conserver un outil performant, d'en améliorer ses capacités et de rester en cohérence avec la mission musée de France, des travaux sont à mener parallèlement au travail quotidien des équipes (intégration, indexation, administration fonctionnelle et maintenance).

En une année d'utilisation, on dénombre, toutes tables confondues :  
**7 284 notices créées et 18 717 notices modifiées**



Pour la première fois, le nombre de notices de photographies de travail gérées dans Flora rattrape le nombre de notices de photographies patrimoniales.

#### Croissance de FLORA en nombre de notices entre 2016 et 2021

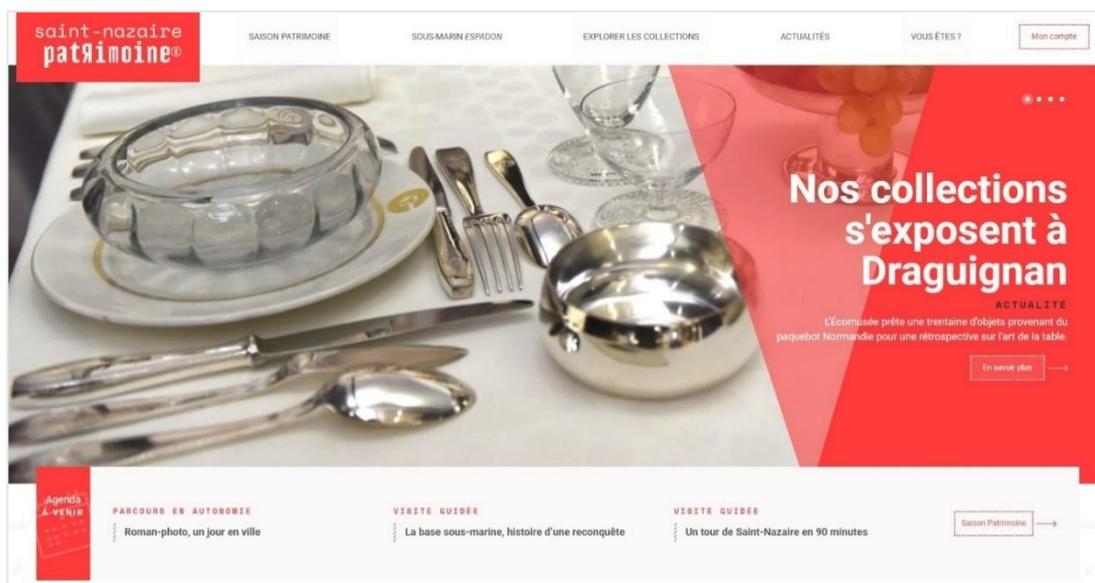
	2016	2020	2021
<b>TOTAL 6 TABLES DOC.</b>	<b>104 251</b>	<b>125 726</b>	<b>131 396</b>
DOC	2 027	2 289	2 289
<b>TOTAL TOUTES TABLES<sup>1</sup></b>	<b>106 278</b>	<b>128 015</b>	<b>137 674</b>

Flora s'accroît en nombre de notices de façon régulière chaque année. L'année 2020 est marquée par une croissance de la table des Biens consécutivement au chantier d'inventaire de l'Espadon.

<sup>1</sup> Total des 7 tables mentionnées dans le tableau, la 8<sup>ème</sup> table, celle des Personnes n'est pas prise en compte par manque de données sur l'année 2020.

## 5.4.2. Une année de confirmation pour le site web saint-nazaire-musees.com

Le site web Saint-Nazaire Patrimoine a été lancé le 30 novembre 2019. Avec cet outil, le pôle Patrimoine s'investit encore davantage dans ses **missions de connaissance et de valorisation du patrimoine et des collections auprès du grand public**.



En ce contexte particulier de crise sanitaire, le site web est apparu comme un nouvel atout numérique pour Saint-Nazaire Agglomération Tourisme. Il a pleinement joué son rôle de passerelle entre le musée et le public.

En 2021, le site a **plus que doublé sa fréquentation** et confirme son intérêt aux yeux d'un public qui s'élargit.

### Les chiffres-clés de fréquentation



La tendance annuelle de fréquentation du site est en **très forte hausse**. Le mois de septembre, avec les Journées Européennes du Patrimoine, se démarque très nettement du reste de l'année. 9 mois de l'année marquent une forte hausse de la fréquentation, notamment les mois de juillet et août. Cette évolution est liée à la **réouverture du sous-marin Espadon** et notamment à l'inscription à la newsletter post-visite. Les mois de mars, avril et novembre dont la fréquentation 2020 avait été fortement boostée par les confinements n'ont pas progressé.

Le site est dynamique avec des **nouvelles ressources publiées régulièrement**.

#### Nouveaux contenus publiés

7 articles d'actualités

15 ressources

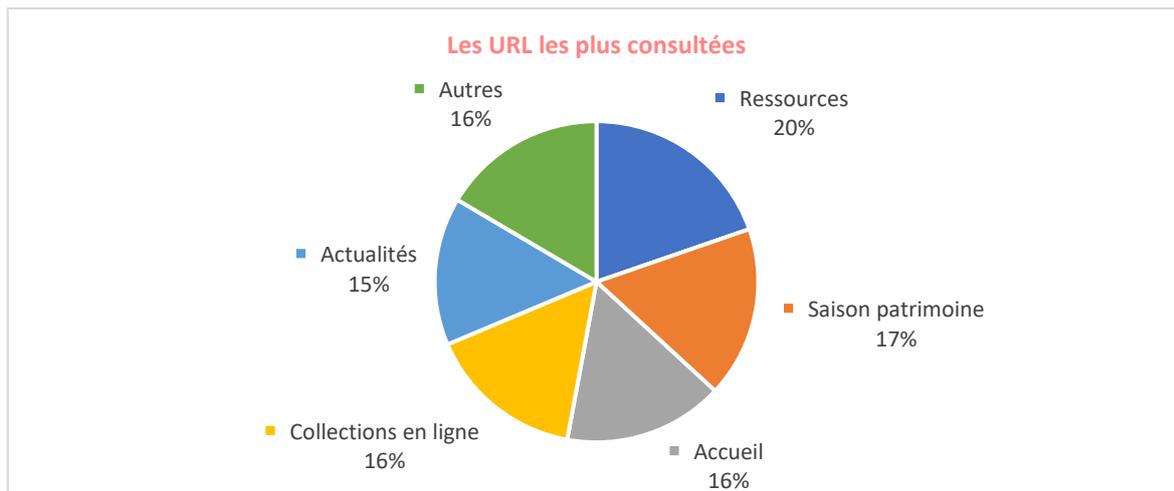
+

11 épisodes du podcast « 3 minutes, 1 œuvre » avec France Bleu Loire Océan

+

+ 300 notices sur le portail depuis 2019

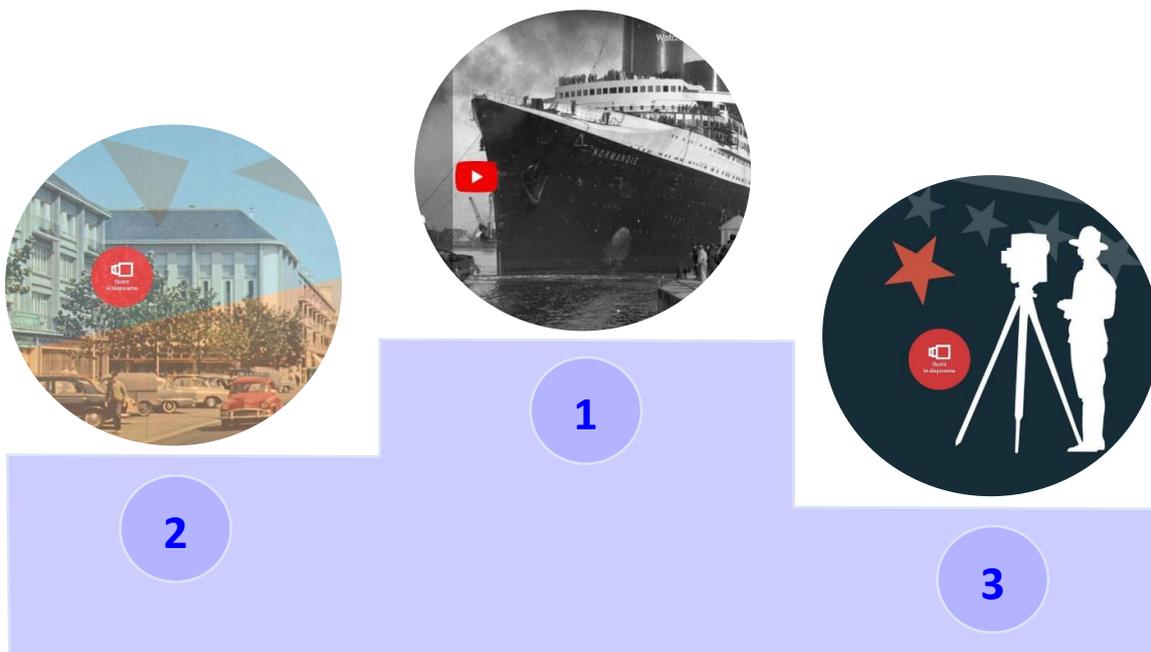
Les 5 premières catégories du classement représentent chacune 1/6<sup>e</sup> de la fréquentation totale du site. Chacune de ces catégories (Ressources, Saison patrimoine, Page d'accueil, Collections en ligne et Actualités) forment donc **une base solide, équilibrée et complémentaire qui porte ce site**.



Entraînée par le projet de restauration et de valorisation du sous-marin *Espadon*, la catégorie **Ressources prend largement la tête du classement**. Elle souligne l'intérêt des utilisateurs pour un contenu éditorialisé de qualité.

La Saison patrimoine conserve son rôle de moteur.

#### Ressources éditorialisées les plus vues

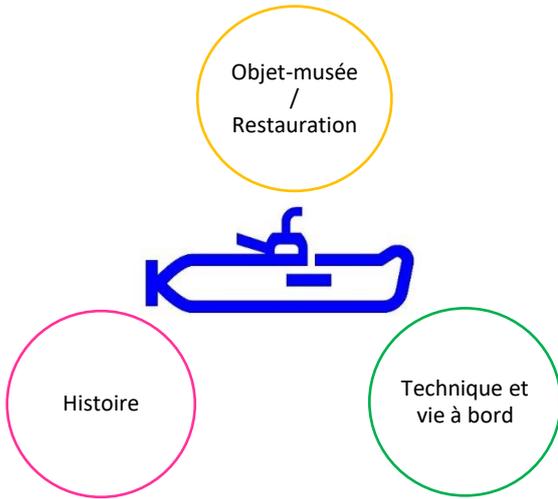


1 – Normandie, un paquebot d'exception (vidéo) - Vues : 1 218 /// 2 – Nouvelles mobilités (expo photo) - Vues : 1 060 /// 3 - Little America : Au cœur de la base américaine n°1 (expo photo) - Vues : 900

**Focus : page dédiée au sous-marin Espadon**

- 1 exposition photographique
- 1 vidéo
- 2 chronologies
- 3 documents de bord et d'apprentissage
- 4 espaces en visite virtuelle 360°

**3 axes principaux**



**SOU-S-MARIN ESPADON**

OUVERT AU PUBLIC DEPUIS 1987, LE SOUS-MARIN ESPADON VOUS FAISSE TROUVER AUTANT LES OUVRIERS DES RESSOURCES QU'ÉCARTÉS À LE PATRIMOINE ET PHASE, SON HISTOIRE ET CELLE DE SES OUVRIERS DE RESTAURATION, DES COMPARTIMENTS INTERIEURS EN 360°...

**Sous-marin Espadon : du bâtiment militaire de la guerre froide...**

Le sous-marin Espadon a vécu, durant les années de réarmement. La première a commencé en 1957 dans la Charente et Anières Augustin Bernard du Haro. Trois ans plus tard, il reçoit le numéro 2827 et son nom de guerre militaire. [En savoir plus](#)

**En savoir plus :** À la fin des années de collection en musée, il devient dans le premier sous-marin capable de France. Il reste entre aujourd'hui le seul, moderne et fier.

Après trois décennies d'entretien et près de trois millions de visiteurs espadon, le sous-marin Espadon a eu une courte pause en 2021... [En savoir plus](#)

**...Au plus gros objet de collection de Saint-Nazaire**

En 1995, il est saisi par la Ville de Saint-Nazaire sur proposition du ministre de la Défense. Il est une œuvre d'art unique en son genre, un véritable musée en mouvement et un véritable musée en mouvement. Il est une œuvre d'art unique en son genre, un véritable musée en mouvement et un véritable musée en mouvement. Il est une œuvre d'art unique en son genre, un véritable musée en mouvement et un véritable musée en mouvement.

**VISITER LE SOUS-MARIN ESPADON**

Vous souhaitez découvrir le sous-marin et son musée personnel ?

[Réserver](#)

**TOUTES LES RESSOURCES ESPADON**

- LE CARRE DES OFFICIERS** [Lire la suite](#)
- DOCUMENTS DE BORD ET MANUEL D'APPRENTISSAGE** [Lire la suite](#)
- CHRONIQUE DE LA VIEILLE** [Lire la suite](#)
- LES OUVRIERS DES RESSOURCES** [Lire la suite](#)



**4387**  
pages consultées



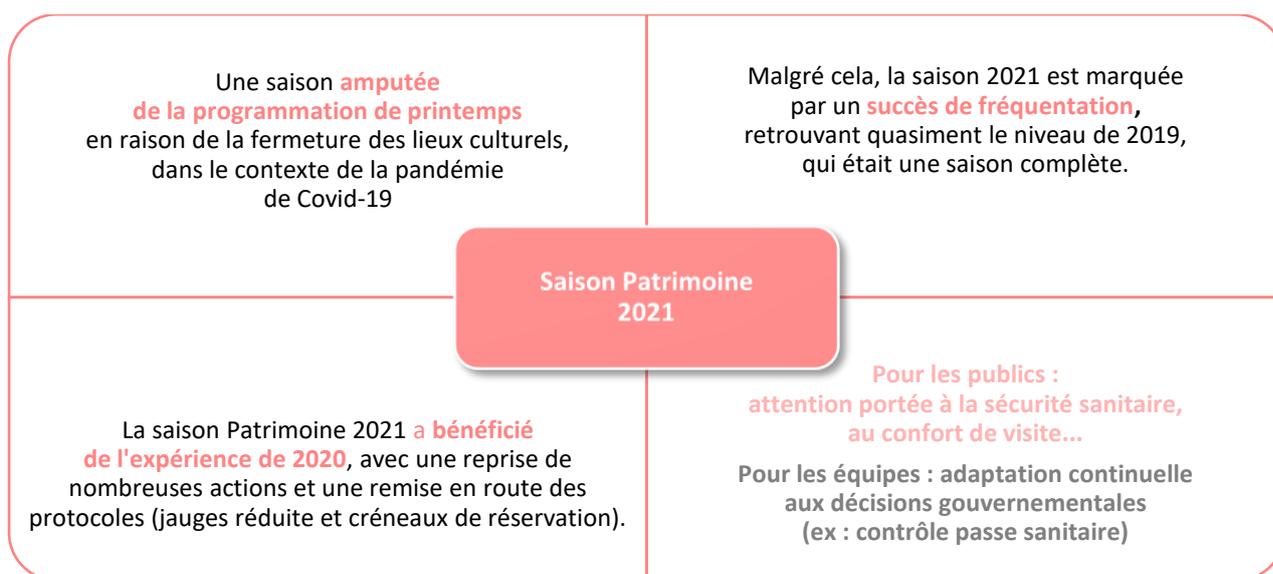
Des temps moyens passés sur les pages allant jusqu'à **5 min**

## 5.5 La Saison patrimoine 2021, une programmation culturelle raccourcie mais attendue !

La programmation culturelle portée par SNAT s'appelle la **Saison patrimoine** depuis 2019. Elle invite un **public local et touristique** à découvrir des facettes de l'histoire de Saint-Nazaire et participe à la **valorisation de son patrimoine dans l'espace urbain et dans les sites de visite**.

De **multiples formes sont proposées en fonction de la saisonnalité, des publics et des pratiques de visites** : visites guidées, jeux, ateliers, conférences, spectacles, rencontres, expositions, parcours autonomes...

La Saison patrimoine permet d'établir des passerelles avec la Mission patrimoine de la ville et **s'appuie sur de nombreux partenariats** : structures culturelles, associations, universitaires, habitants...



### 5.5.1 Reprise et résilience



2021 a été une excellente saison touristique, et la **fréquentation de la saison Patrimoine** s'inscrit dans cette **dynamique de reprise**.

La saison 2020, avec son lot de situations inédites et de déconvenues dues à la crise sanitaire, avait permis de mettre en place un protocole d'accueil des visiteurs qui a grandement facilité la reprise d'activité en juillet 2021.

Nous avons su **capitaliser sur l'expérience de la saison précédente et adapter avec réactivité nos protocoles et notre communication** envers les publics lorsque de nouvelles mesures gouvernementales étaient annoncées. La mise en place du contrôle du passe sanitaire à partir de juillet s'est passée sans encombre.

Enfin, la saison estivale 2021 a coïncidé avec **l'essor de la campagne de vaccination** contre le Covid-19, ce qui peut en partie expliquer que **davantage de visiteurs se sentaient rassurés et enclins à sortir, découvrir, visiter, comparé à la saison 2020**.

**56 actions différentes** (44 en 2020, 69 en 2019)

Visites guidées, médiations familles, spectacles, parcours autonomes

- **Programmation dense** des visites patrimoine en été et durant les petites vacances scolaires,
- Nombreuses **propositions autonomes** réalisables tous les jours pendant l'été et les vacances de Toussaint
- Construction des **axes thématiques en appui au label Ville d'Art et d'Histoire**
- Une vigilance croissante à **l'inclusion**



## Fréquentation, du 12 juillet au 31 décembre 2021

**13 222 participants** à nos actions culturelles et à nos visites ont été comptabilisés en 2021. La fréquentation sur 6 mois est quasiment équivalente à celle de 2019 sur 10 mois.

	2021	2020	Écart 21/20	2019	Écart 21/19
Printemps	0	0		1 734	-100%
Été	6 991	3 621	+ 93 %	5 043	+ 38,6%
JEP SNAT*	3 639	2 624	+ 40,7 %	4 193	-13,2 %
Automne-Hiver	2 592	2 151	+ 20,5 %	2 879	-10 %
<b>TOTAL</b>	<b>13 222</b>	<b>8 396</b>	<b>+57,4 %</b>	<b>13 849</b>	<b>-4,6 %</b>

\* S'y ajoutent 554 participants pour les actions de la Mission des patrimoines et 489 pour les associations.



### Été

- Coups de projecteurs
- Visites découverte
- Randos urbaines
- Formes autonomes
- Croisière musicale
- Croisière nocturne
- Instantanés (médiations courtes dans les sites)



### Journées du Patrimoine

- Si le thème national était "Patrimoine pour tous", SNAT a axé sa programmation autour de 2 axes forts : "Sous-marin en vue!" et "Paysage carte postale" : rencontres, échanges, ateliers participatifs...
- 2 visites de ville traduites en LSF
- La Ville a axé sa programmation autour du label Ville d'Art et d'Histoire et du patrimoine maritime
- Associations locales mobilisées pour faire découvrir d'autres patrimoines parfois méconnus



### Automne-hiver

- Vacances de Toussaint : visites de ville + médiations, jeux et ateliers à l'Écomusée et à Escal'Atlantic
- Week-end spécial "Traversée en famille" du 11 au 14 novembre : une riche programmation "famille" à Escal'Atlantic, et quelques ateliers famille à l'Écomusée
- **Novecento** (théâtre): 3 représentations à Escal'Atlantic
- Vacances de Noël : sapins enchantés et médiations autonomes "famille" à l'Écomusée et à Escal'Atlantic.

## 5.5.2 Une programmation dynamique et modulée en fonction de la saison



L'église Saint-Anne, de béton et de lumière. Années 1950  
Photographie : Jérôme Bosger, SNAT, 2021

### Les « coups de projecteur »

Ces visites courtes (moins d'1 h), en extérieur, se prêtent aux programmations des vacances d'été et de Toussaint, pour donner à découvrir le patrimoine nazairien de façon simple et accessible.

- > proposer de nouveaux sujets de visite
- > étoffer durablement notre offre

En 2021, création d'une nouvelle visite « coup de projecteur » : *L'église Saint-Anne, de béton et de lumière.*

Rappel des créations 2020 :

- 4 propositions pour un public adulte :  
*Sport en ville, ville au vert - Le parc Paysager et la Soucoupe // L'hôtel de ville, tout en symboles // Du Sable à la Havane // La porte du large*
- Et 2 propositions conçues pour un public familial avec enfants à partir de 7 ans :  
*Il était une matinée en 1958 // Un dolmen en ville*

### « Paysage carte postale », une nouvelle exposition à l'Écomusée

Une nouvelle exposition temporaire a été réalisée à partir du fonds patrimonial de cartes postales de l'Écomusée de Saint-Nazaire. Elle s'appuie sur l'étude, menée en préalable, de plus de 2 000 cartes conservées par l'Écomusée de Saint-Nazaire.

Elle met en évidence la valeur patrimoniale de ce support et questionne les éléments jugés incontournables selon les époques. Photographes et éditeurs, avec leurs regards subjectifs et leurs choix, ont construit le paysage nazairien à travers le temps.

Une façon de considérer le territoire en lien avec le label Ville d'Art et d'Histoire.  
Une exposition évolutive sur trois ans.



L'exposition « Regard miroir ou le paysage réinventé » à l'Écomusée.  
Photographie : Maelwenn Leduc. SNAT, septembre 2021.

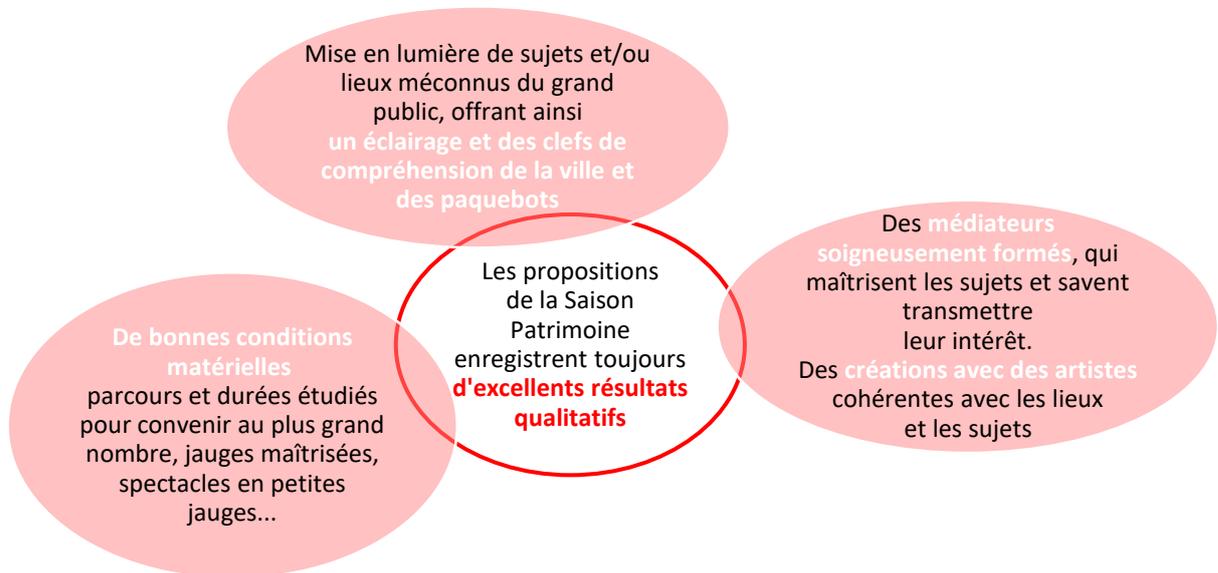
### L'imaginaire des paquebots avec « Traversée en famille » et *Novecento*

Spectacles, conte musical, jeux pour aborder les paquebots en novembre, un week-end du 11 novembre qui attire les familles en nombre. Une 2<sup>e</sup> édition encourageante.  
Une adaptation du texte d'A. Barricco pour le mois de décembre. 3 représentations complètes !



### Le triptyque d'une qualité reconnue

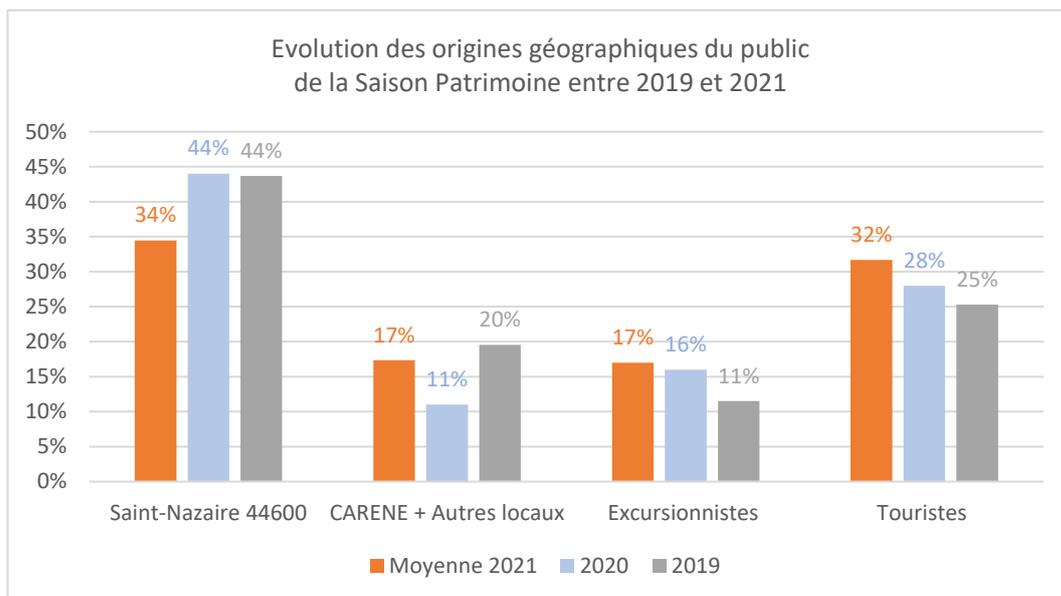
Le **taux de satisfaction** de la Saison patrimoine est toujours **excellent avec 98 %** des participants qui répondent que les propositions leur ont plu (99% en 2020). 96% déclarent avoir passé un « moment plaisant », confirmant notre volonté de miser sur le bon accueil, la convivialité et l'originalité des propositions.



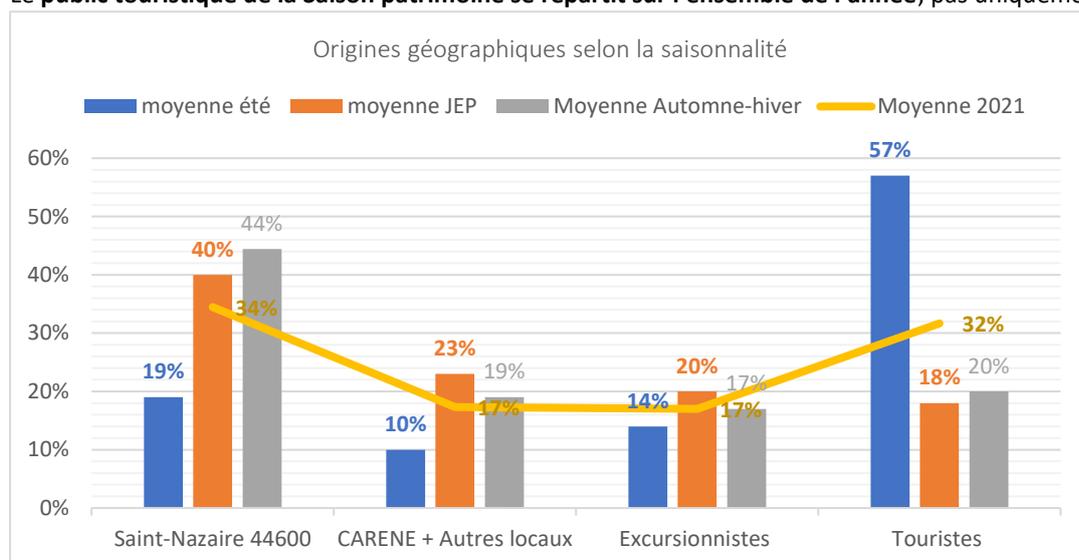
### Tendances sur le profil des visiteurs

Dans la logique de reprise d'une activité et d'une fréquentation « normales », **le public nazairien reste majoritaire mais sa part diminue par rapport à 2020**, au profit :

- **Des habitants de la CARENE et autres locaux** (résidant dans un périmètre d'une trentaine de kilomètres autour de Saint-Nazaire) >> un tourisme de proximité qui se développe).
- **Des touristes**, en forte progression par rapport à 2020, signe d'une reprise des mobilités estivales.



Le public touristique de la Saison patrimoine se répartit sur l'ensemble de l'année, pas uniquement en juillet-août.



La **moyenne d'âge du public est encore plus basse que l'an dernier** (49 ans contre 52 ans). Cette tendance au « rajeunissement » du public était déjà amorcée en 2020, du fait de **l'étoffement des propositions famille**.

### Médias et prescripteurs

- L'information via le site *saint-nazaire-tourisme.com* reste majoritaire, *saint-nazaire-musees.com* apparaît.
- La brochure Patrimoine est particulièrement importante pour la communication des JEP, moins en été et à l'automne.
- Les JEP « boostent » l'information via les réseaux sociaux et via le site *saint-nazaire-musees.com*, notamment parce qu'il y a une augmentation des publications à ce moment.
- **La Newsletter Patrimoine est davantage citée en automne-hiver**. En effet, elle est diffusée principalement à des **publics locaux**, qui vont être davantage disponible et demandeurs de propositions culturelles durant cette période.



### Newsletter Saint-Nazaire Patrimoine : 4 355 inscrits

Plusieurs nouveautés concernant la newsletter SNP en 2021 :

- La newsletter prend le nom « **Saint-Nazaire Patrimoine** » et non plus « Saison Patrimoine » pour être en meilleur accord avec les contenus envoyés.
- **L'inscription est automatisée depuis le site *saint-nazaire-musees.com***
- L'inscription est aussi proposée depuis le site *saint-nazaire-tourisme.com*
- L'inscription peut également se faire via les questionnaires d'évaluation.

Le croisement entre les origines géographiques et le moyen d'information laisse voir nettement que le **public de Saint-Nazaire et CARENE** s'informe de notre programmation via :

- la presse et la radio,
- notre brochure patrimoine saisonnière,
- et les réseaux sociaux.

Dans le même temps, **le public excursionniste et touristique** s'informe via :

- nos sites internet,
- d'autres sites tels que les moteurs de recherche ou les agendas des sorties,
- le bouche-à-oreille, indiquant par là qu'une part importante des touristes a des attaches familiales ou amicales dans la région et qu'ils se fient aux suggestions de l'entourage,
- la brochure toutes visites Saint-Nazaire Renversante,
- et dans « autre », il s'agit très souvent des guides touristiques tels que Michelin ou le Routard.

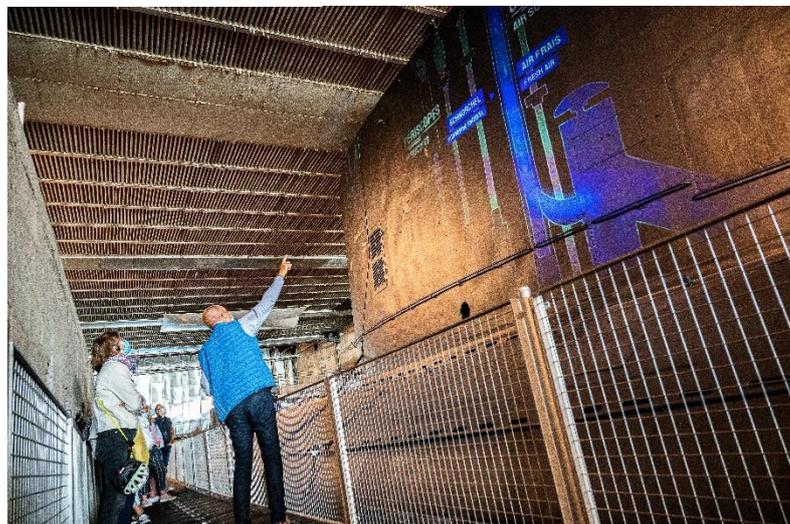
## La Saison patrimoine 2021 en images



Visite guidée de la base sous-marine en LSF – JEP 2021  
Photographie : Maelwenn Leduc, SNAT, septembre 2021



Espadon - Atelier famille pour fabriquer son périscope – JEP 2021  
Photographie : Maelwenn Leduc, SNAT, septembre 2021



Une visite guidée par un ancien sous-marinier, dans le cadre de la programmation spéciale « Sous-marin en vue ! » en lien avec le sous-marin *Espadon*.  
Photographe : Maelwenn Leduc. SNAT, septembre 2021.



« Les chemins du départ »  
Photographie : Alexandra Santander, SNAT, juillet 2021



« Les énigmes d'Henri Vince » à l'Écomusée  
Photographie : Mathilde Cariou, SNAT, juillet 2021

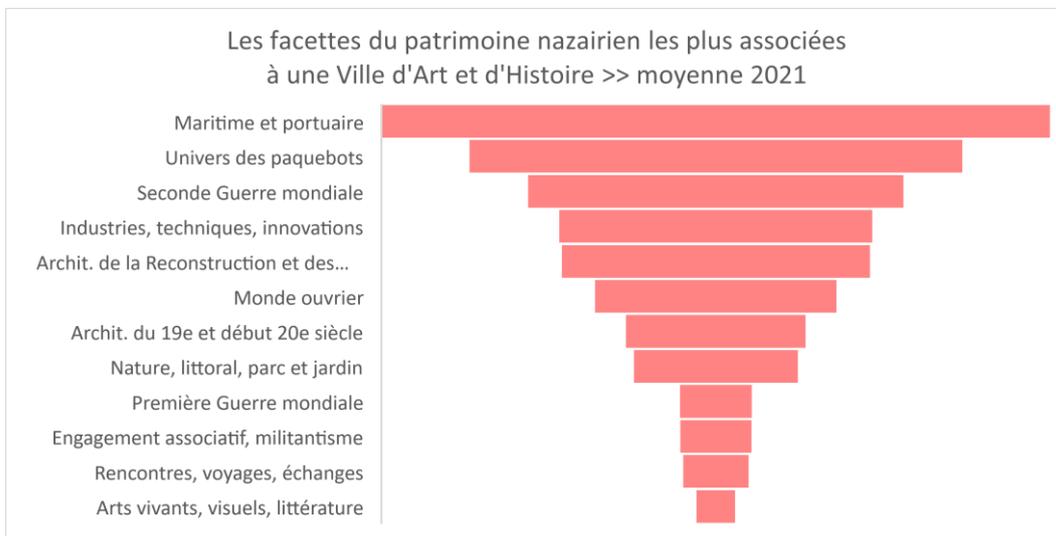


Pour la première fois en 2020, nous avons évalué la perception des patrimoines nazairiens à l'aune du label « Ville d'Art et d'Histoire ». Nous avons **reconduit cette évaluation en 2021**, pour mesurer une éventuelle évolution.

La question est formulée ainsi : *quelles facettes du patrimoine nazairien associez-vous spontanément à une Ville d'Art et d'Histoire ?*

Même si tous nos visiteurs ne connaissent pas le label Ville d'Art et d'Histoire, on peut présumer qu'ils ont désigné, par leurs réponses, les facettes du patrimoine nazairien correspondant aux représentations premières qu'ils en ont et/ou qu'ils s'attendent à voir mises en lumière dans le cadre d'une politique de valorisation du patrimoine.

En revanche on ne peut pas présumer de l'intérêt et de la curiosité qu'ils éprouvent pour chacune de ces facettes.



>> Le triptyque de tête est le même que l'an dernier :



1. Maritime et portuaire // 2. Univers des paquebots // 3. Seconde Guerre mondiale.



La différence vient de **“Industries, techniques et innovations”**, qui arrive désormais en 4<sup>e</sup> place, alors que cette thématique arrivait en 5<sup>e</sup> position. **“Monde ouvrier”** est monté à la 5<sup>e</sup> place alors qu'il était cité en 6<sup>e</sup> l'an dernier. La montée de ces deux items implique le recul de **“l'architecture de la Reconstruction et des années 1950”** à la 6<sup>e</sup> place, en 4<sup>e</sup> place l'an dernier.

Cette évolution dans le classement est peut-être à rapprocher de la communication autour de l'innovation et du développement de projets tels que le champ éolien offshore, et la communication des entreprises de la région, les Chantiers de l'Atlantique en tête. Elle encourage à maintenir une sensibilisation au patrimoine de la Reconstruction dans le cadre des visites et du site web saint-nazaire-musees.com



Une des guides de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a obtenu cette année **l'agrément national de guide-conférencière**, complétant ainsi les deux autres membres de l'équipe qui l'ont déjà. Les trois autres permanents travaillent à leur dossier de VAE.

## 5.6. L'action pédagogique, au service du monde éducatif

### Une année riche de rencontres et de projets

Les actions éducatives pour l'année 2021 se sont déclinées sous deux dimensions :

- Des actions dans le cadre d'une offre globale pour l'ensemble des établissements scolaires,
- Des actions dans le cadre de **Parcours éducatifs (PEAC)**, initiés par la Ville de Saint-Nazaire et destinés aux établissements publics de la communauté.

Malgré le contexte difficile lié à l'épidémie de COVID-19 et la fermeture des sites de visite de SNAT pendant le 1<sup>er</sup> semestre 2021, le service éducatif a su proposer des médiations permettant de réaliser l'ensemble des projets initiés en début d'année scolaire.

**Offre SNAT**  
91 inscriptions validées  
74 actions réalisées

167 interventions accomplies  
pour près de 2 300 élèves

**PEAC**  
100 inscriptions validées  
93 actions réalisées



Classe de CE1 de l'école Albert Camus, Saint-Nazaire. PEAC 2020-



#### > La forte demande des établissements nazairiens

**Une répartition des classes reçues encore plus fortement accentuée par rapport aux années précédentes : 92,2 % originaires de Saint-Nazaire**

(65 % ville / 35 % extérieur habituellement, 79,1% ville l'an dernier) due aux conséquences de la pandémie qui empêchent les déplacements des classes.

Origine	Classes reçues	%
Saint-Nazaire	154	92.2
CARENE	7	4.2
Hors CARENE	6	3.6
	<b>167</b>	<b>100</b>



#### > Les écoles élémentaires avant tout, un rééquilibrage à planifier

Les cours à la maison, la réduction des effectifs, la fermeture de classes et la décision de chefs d'établissements du 2<sup>nd</sup> degré d'interdire toute sortie scolaire n'ont pas permis de recevoir un nombre important de classes et d'élèves.

La mise en place d'un passe sanitaire obligatoire sur les sites pour la rentrée scolaire 2021-2022, sans que les écoles ne puissent bénéficier d'aménagements particuliers, ont aussi empêché une partie du corps enseignant de se déplacer dans l'espace muséal.

	Nombre de classes reçues	%
Lycées	21	12.5
Collèges	15	9
<b>Primaires cycle 3</b>	<b>70</b>	<b>42</b>
<b>Primaires cycle 2</b>	<b>54</b>	<b>32.5</b>
Maternelles	7	4
	<b>167</b>	<b>100</b>

## Au sein des projets

### L'offre pédagogique SNAT

- \* **Saint-Nazaire, une ville maritime**
  - métiers portuaires (cycles 2 & 3 / collèges)
  - paquebots d'ici (cycle 3)
  - *Jean, le groom aux boutons dorés* (cycle 2)
  - *Novecento* et les paquebots transatlantiques (lycées)
- \* **La ville d'hier et d'aujourd'hui**
  - histoires de ville (collèges / lycées)
  - classe des années 1950 (cycle 3)
  - parcours patrimoine (collèges / lycées)
- \* **La ville d'hier et d'aujourd'hui**
  - la 1<sup>re</sup> Guerre mondiale et l'arrivée des troupes américaines (cycle 3 / collèges / lycées)
  - la base sous-marine (cycle 3 / collèges / lycées)
  - la 2<sup>nd</sup>e Guerre mondiale : objets du musée (cycle 3 / collèges / lycées)
  - L'opération *Chariot* : parcours et commémoration (collège Pierre Norange)
- \* **Histoires au musée**
  - découverte du musée (cycles 1 & 2)
  - chasseurs de patrimoine (cycle 3 / collèges)

### Les Parcours d'Éducation Artistique et Culturelle 2020-21

Initiés par la Ville de Saint-Nazaire, les PEAC naissent de l'intention d'une école primaire publique de travailler avec une ou plusieurs structures culturelles. 10 établissements scolaires participent chaque année aux PEAC 1. Les établissements culturels s'engagent sur un ou plusieurs partenariats.

#### \* **Habiter Saint-Nazaire. Y venir, en partir...**

2 classes de cycle 1 de l'école Ferry

#### \* **Regards photographiques**

4 classes de cycle 2 de l'école Camus

#### \* **Paysages d'estuaire**

1 classe de cycle 3 de l'école Zay

#### \* **Les fêtes nazairiennes : parades, carnivals et cavalcades**

2 classes de cycle 3 de l'école Carnot

#### \* **Sculptures**

2 classes de cycle 3 de l'école Châteaubriand

4 classes de l'école Waldeck-Rousseau

+ Interventions dans le cadre du projet du Théâtre « Martiens Martiennes », PEAC année 2

	Actions réalisées	%
Dans les murs	38	22.75
Hors les murs	129	77.25
	167	100



## 6. Les Ressources humaines et détail du personnel (en ETP) par activités

Sur le plan des ressources humaines, l'année 2021 a été marquée par :

- Les départs par démission d'Elsa GAUTRON, conseillère en séjour, d'Anne-Lise Jarlegan, assistante technique et de Samia Jerhaoui, assistante ressources humaines pour de nouveaux défis professionnels.
- Le départ à la retraite de Gérard DELAIRE, opérateur technique.
- La demande de congé de présence parentale pour Véronique LE GUERINEL.
- La signature d'un nouvel accord d'intéressement pour la période 2021-2023.

### ■ Les Instances Représentatives du Personnel

Le Conseil économique et social (CSE) est convoqué à une dizaine de réunion par an. En 2021, une réunion exceptionnelle a été programmée pour garantir le dialogue, le partage d'information et des décisions dans le contexte de la crise sanitaire et une autre réunion a été organisée pour présenter le projet d'accord d'intéressement.

### Listes des membres élus

#### Pour le 1<sup>er</sup> collège « Employés »

##### Titulaires

- Adeline JOURDAIN
- Hélène GIRARD

##### Suppléants

- Aurélie BAUDET
- Diana LE GRALL

#### Pour le 2<sup>ème</sup> collège « Agents de maîtrise et Cadres »

##### Titulaires

- Sébastien JUBAU
- Matthias SEILLER

##### Suppléants

- Sylvain LUCAS-DUPONT

### Dates des réunions du Comité Social Economique avec la Direction

#### Réunions ordinaires

- 10 février 2021
- 10 mars 2021
- 17 mars 2021 (présentation accord d'intéressement)
- 14 avril 2021
- 19 mai 2021
- 16 juin 2021
- 09 juillet 2021
- 08 septembre 2021
- 13 octobre 2021
- 17 novembre 2021
- 15 décembre 2021

#### Réunion exceptionnelle provoquées par les conséquences de la pandémie Covid-19

- 20 juillet 2021

### ■ Les ressources humaines en chiffres en 2021

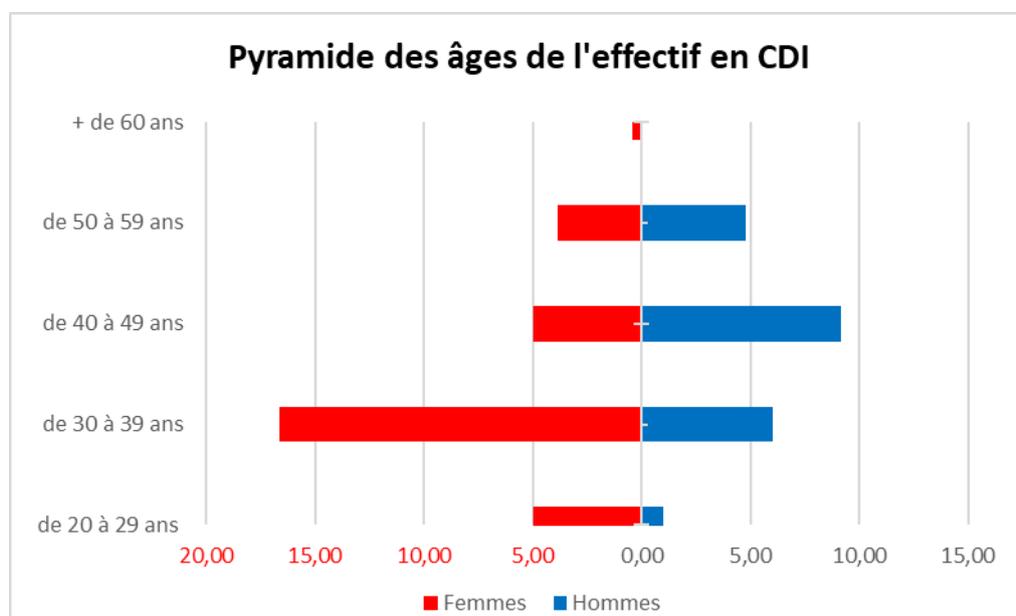
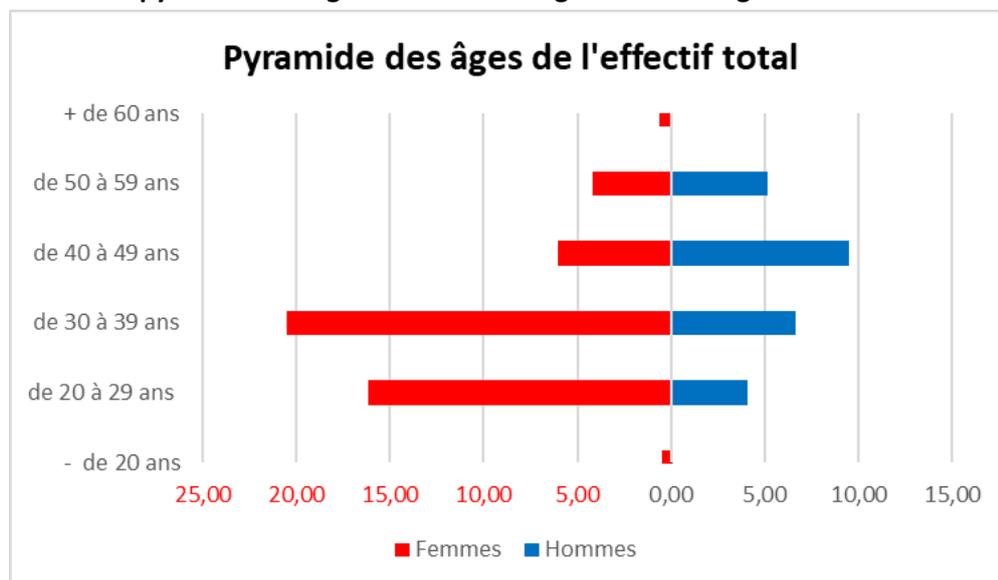
#### La répartition par activité

Activités	Effectif total	CDI
Direction et fonctions supports	9,18	9,18
Ingénierie et développement	3,39	0,80
Marketing	6,93	6,00
Exploitation - Animation	34,23	20,67
Office de Tourisme	8,40	5,41
Patrimoine	11,41	9,79
<b>Total général</b>	<b>73,55</b>	<b>51,85</b>

## L'effectif total de la structure

Répartition des effectifs moyens annuels	Total	CDI	CDD	Employés	Agents de Maîtrise	Cadres
Femmes	48,1	30,9	17,2	34,2	11,5	2,4
Hommes	25,5	21,0	4,5	10,3	8,4	6,8
<b>Total général</b>	<b>73,5</b>	<b>51,8</b>	<b>21,7</b>	<b>44,5</b>	<b>19,9</b>	<b>9,2</b>

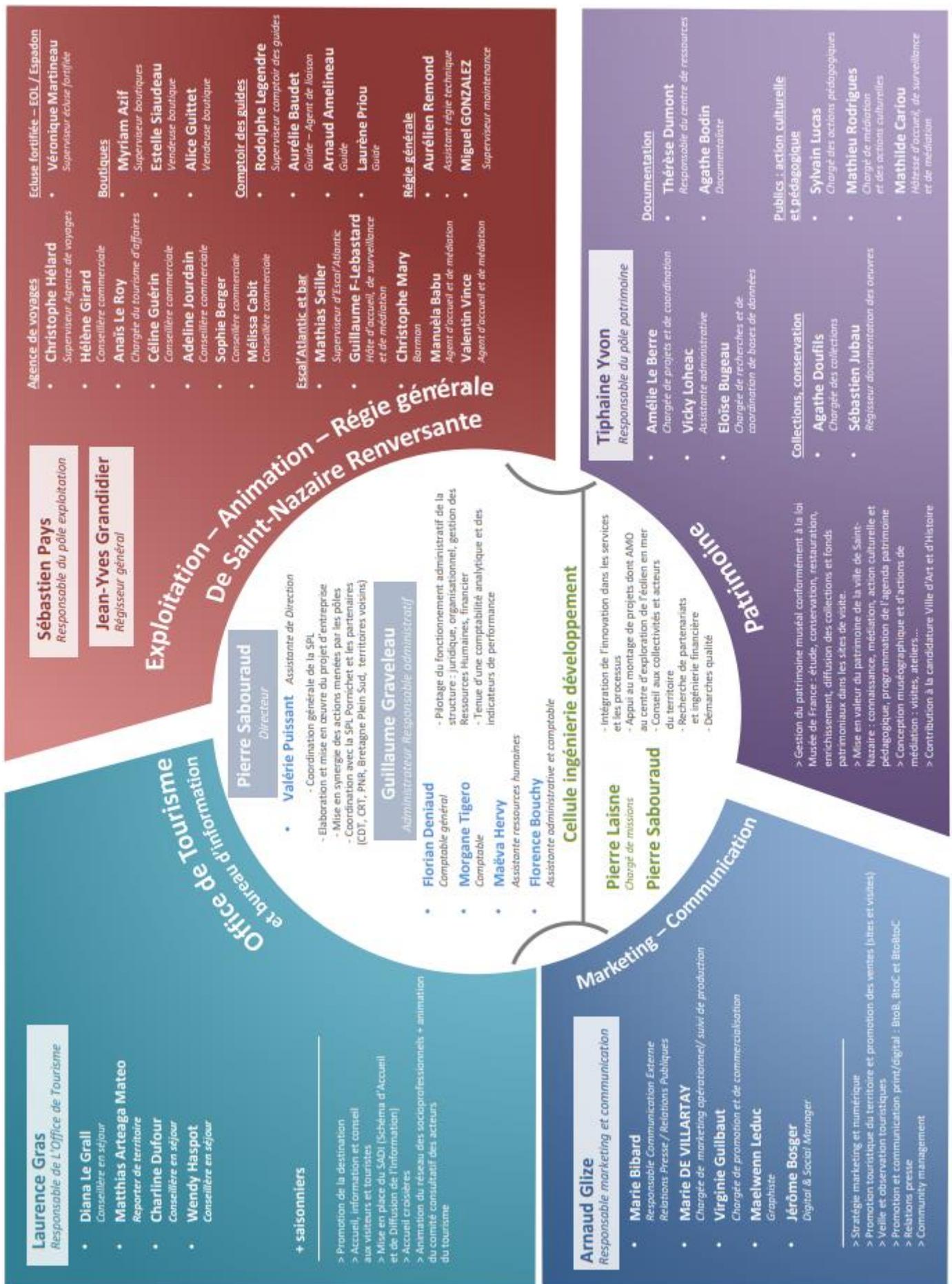
### La pyramide des âges selon l'effectif global ou au regard des CDI



### Index d'égalité professionnelle

Le score de l'index global d'égalité professionnelle femmes-hommes 2021 est non calculable, tout en obtenant un score de 45/45 sur les indicateurs calculables.

## 7. Un organigramme à jour avec la liste des personnels



**8. Les comptes annuels (compte de résultat, bilans, annexes) établis conformément aux normes du plan comptable général en vigueur certifiés par un commissaire aux comptes agréé. Une information sur les engagements à incidences financières, y compris en matière de personnel, liés à la délégation de service public, et nécessaire à la continuité du service public**

## Bilan Actif

		31/12/2021		31/12/2020	
		Brut	Amort. et Dépréc.	Net	Net
	Capital souscrit non appelé (1)				
	<b>IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>				
	Frais d'établissement				
	Frais de développement				
	Concessions brevets droits similaires	52 907,93	33 316,66	19 591,27	29 788,13
	Fonds commercial (1)				
	Autres immobilisations incorporelles				
	Avances et acomptes				
ACTIF IMMOBILISE	<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>				
	Terrains				
	Constructions				
	Installations techniques, mat. et outillage indus.	208 462,61	85 849,10	122 613,51	126 961,25
	Autres immobilisations corporelles	1 043 960,34	332 077,81	711 882,53	463 948,30
	Immobilisations en cours	42 134,99		42 134,99	22 296,76
	Avances et acomptes				
	<b>IMMOBILISATIONS FINANCIERES (2)</b>				
	Participations évaluées selon mise en équival.				
	Autres participations				
	Créances rattachées à des participations				
	Autres titres immobilisés				
	Prêts				
	Autres immobilisations financières				
	<b>TOTAL (II)</b>	<b>1 347 465,87</b>	<b>451 243,57</b>	<b>896 222,30</b>	<b>642 994,44</b>
	<b>STOCKS ET EN-COURS</b>				
	Matières premières, approvisionnements				
	En-cours de production de biens				
	En-cours de production de services				
	Produits intermédiaires et finis				
	Marchandises	99 302,43		99 302,43	110 609,56
	Avances et Acomptes versés sur commandes				
	<b>CREANCES (3)</b>				
	Créances clients et comptes rattachés	227 044,60		227 044,60	32 940,21
	Autres créances	304 637,43		304 637,43	327 913,46
	Capital souscrit appelé, non versé				
	<b>VALEURS MOBILIERES DE PLACEMENT</b>				
	<b>DISPONIBILITES</b>	239 749,75		239 749,75	622 496,49
	Charges constatées d'avance	59 326,08		59 326,08	44 387,60
	<b>TOTAL (III)</b>	<b>930 060,29</b>		<b>930 060,29</b>	<b>1 138 347,32</b>
COMPTES DE REGULARISATION	Frais d'émission d'emprunt à étaler (IV)				
	Primes de remboursement des obligations (V)				
	Ecart de conversion actif (VI)				
	<b>TOTAL ACTIF (I à VI)</b>	<b>2 277 526,16</b>	<b>451 243,57</b>	<b>1 826 282,59</b>	<b>1 781 341,76</b>
	(1) dont droit au bail				
	(2) dont immobilisations financières à moins d'un an				
	(3) dont créances à plus d'un an				

## Bilan Passif

	31/12/2021	31/12/2020
Capital social ou individuel	250 000,00	250 000,00
Primes d'émission, de fusion, d'apport ...		
Ecart de réévaluation		
<b>RESERVES</b>		
Réserve légale	3 543,30	1 580,45
Réserves statutaires ou contractuelles		
Réserves réglementées		
Autres réserves	67 322,55	30 028,47
Report à nouveau		
Résultat de l'exercice	(19 574,65)	39 256,93
Subventions d'investissement	16 625,00	
Provisions réglementées		
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>317 916,20</b>	<b>320 865,85</b>
<b>Autres fonds propres</b>		
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
<b>Total des autres fonds propres</b>		
<b>Provisions</b>		
Provisions pour risques		
Provisions pour charges	122 960,00	185 944,15
<b>Total des provisions</b>	<b>122 960,00</b>	<b>185 944,15</b>
<b>DETTES FINANCIERES</b>		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts dettes auprès des établissements de crédit (2)	366 011,22	467 555,14
Emprunts et dettes financières divers		
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	12 662,69	42 141,97
<b>DETTES D'EXPLOITATION</b>		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	409 308,37	257 639,82
Dettes fiscales et sociales	589 074,10	493 602,90
<b>DETTES DIVERSES</b>		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	8 350,01	5 171,93
Produits constatés d'avance (1)		8 420,00
<b>Total des dettes</b>	<b>1 385 406,39</b>	<b>1 274 531,76</b>
Ecart de conversion passif		
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>1 826 282,59</b>	<b>1 781 341,76</b>
Résultat de l'exercice exprimé en centimes	(19 574,65)	39 256,93
(1) Dettes et produits constatés d'avance à moins d'un an	1 127 090,08	885 765,68
(2) Dont concours bancaires courants, et soldes créditeurs de banques et CCP		

# Compte de Résultat

1/2

				31/12/2021	31/12/2020
		France	Exportation	12 mois	12 mois
PRODUITS D'EXPLOITATION	Ventes de marchandises	266 914,38		266 914,38	202 801,11
	Production vendue (Biens)				
	Production vendue (Services et Travaux)	2 993 473,35		2 993 473,35	1 205 308,65
	Montant net du chiffre d'affaires	3 260 387,73		3 260 387,73	1 408 109,76
	Production stockée				
	Production immobilisée				
	Subventions d'exploitation			3 064 438,60	2 806 496,00
	Reprises sur provisions et amortissements, transfert de charges			100 329,03	25 124,66
	Autres produits			6 560,13	3 716,13
		<b>Total des produits d'exploitation (1)</b>			<b>6 431 715,49</b>
CHARGES D'EXPLOITATION	Achats de marchandises			137 556,56	103 234,16
	Variation de stock			11 307,13	17 854,63
	Achats de matières et autres approvisionnements				
	Variation de stock				
	Autres achats et charges externes			3 552 818,60	1 778 251,36
	Impôts, taxes et versements assimilés			220 088,54	161 197,48
	Salaires et traitements			1 861 043,15	1 589 859,95
	Charges sociales du personnel			465 064,39	362 345,92
	Cotisations personnelles de l'exploitant				
	Dotations aux amortissements :				
	- sur immobilisations			177 236,29	146 706,28
	- charges d'exploitation à répartir				
	Dotations aux dépréciations :				
	- sur immobilisations				
	- sur actif circulant				
Dotations aux provisions					
Autres charges			72 070,95	44 428,49	
	<b>Total des charges d'exploitation (2)</b>			<b>6 497 185,61</b>	<b>4 203 878,27</b>
	<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>			<b>(65 470,12)</b>	<b>39 568,28</b>

# Compte de Résultat

2/2

	31/12/2021	31/12/2020
	<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	
	(65 470,12)	39 568,28
Opéra. comm.	Bénéfice attribué ou perte transférée	
	Perte supportée ou bénéfice transféré	
	De participations (3)	
	D'autres valeurs mobilières et créances d'actif immobilisé (3)	
	Autres intérêts et produits assimilés (3)	
	Reprises sur provisions et dépréciations et transferts de charges	
	Différences positives de change	
	Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement	
	<b>Total des produits financiers</b>	
	6,04	
	Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions	
	Intérêts et charges assimilées (4)	
	Différences négatives de change	
	Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement	
	<b>Total des charges financières</b>	
	1 997,30	2 101,48
	<b>RESULTAT FINANCIER</b>	
	(1 991,26)	(2 121,54)
	<b>RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS</b>	
	(67 461,38)	37 446,74
	Sur opérations de gestion	
	Sur opérations en capital	
	Reprises sur provisions et dépréciations et transferts de charges	
	<b>Total des produits exceptionnels</b>	
	48 285,87	4 252,98
	Sur opérations de gestion	
	Sur opérations en capital	
	Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions	
	<b>Total des charges exceptionnelles</b>	
	399,14	1 766,63
	<b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>	
	47 886,73	1 810,19
	PARTICIPATION DES SALAIRES	
	IMPOTS SUR LES BENEFICES	
	<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	
	6 480 007,40	4 247 699,53
	<b>TOTAL DES CHARGES</b>	
	6 499 582,05	4 208 442,60
	<b>RESULTAT DE L'EXERCICE</b>	
	(19 574,65)	39 256,93

(1) dont produits afférents à des exercices antérieurs

(2) dont charges afférentes à des exercices antérieurs

(3) dont produits concernant les entreprises liées

(4) dont intérêts concernant les entreprises liées

## Annexe

Ces ouvrages et équipements sont la propriété des autorités concédantes. Ils ont été affectés à une mission de service public et sont aménagés spécialement à cet effet.

Dans ces conditions, ces équipements relèvent du domaine public des autorités concédantes.

Les principaux biens de retour mis à disposition de la SPL SNAT par l'autorité concédante sont les suivants :

Au titre de L'ECOMUSEE : Les bâtiments abritant l'Ecomusée, les biens mobiliers présents dans ces locaux et les réserves des collections de la Ville de Saint-Nazaire.

Au titre du TUMULUS DE DISSIGNAC : Le Tumulus de Dissignac, ainsi que le local de billetterie/accueil qui y est associé.

Au titre de l'OFFICE DE TOURISME DE SAINT-NAZAIRE : Les bâtiments concernés (office de tourisme et bureau, kiosque alvéole 9) situés dans la base sous-marine de Saint Nazaire, les biens mobiliers présents dans ces locaux.

Au titre de l' ESCAL'ATLANTIC : L'équipement Escal'Atlantic :

\* Equipements situés dans les alvéoles 6 et 7, rampe d'accès à l'équipement dans l'alvéole 8 à l'exclusion de la verrière située sur le domaine public de la Ville de Saint-Nazaire, trois boxes de stockage situés dans l'alvéole 5 bis et l'ensemble des éléments constituant celui-ci (ex : éléments scénographiques) seront mis à disposition du délégataire.

\* La billetterie (kiosque alvéole 8), les bureaux et sanitaires situés dans l'alvéole 8 et le ponton situé à l'arrière de l'espace "Salon du Port" dans l'alvéole 7 à l'exclusion du ponton de l'alvéole 8 seront mis à disposition du délégataire dans les mêmes conditions.

\* Les biens mobiliers présents dans ces locaux.

Au titre de l' ECLUSE FORTIFIEE (Sous-marin Espadon et Centre d'exploration de l'éolien)

:

## Annexe

L'ensemble de l'écluse fortifiée qui abrite le Sous-marin Espadon sera mis à disposition du délégataire pour l'exercice de ses missions dans la limite interne de la clôture du sas et plus précisément :

- repos
  - \* Le hall d'accueil et ses annexes (sanitaires, locaux techniques, réserve, local de du personnel) ;
  - \* La salle d'exposition attenante au sous-marin Espadon ;
  - \* La terrasse panoramique de l'écluse fortifiée et ses accès :
    - l'ascenseur de la terrasse panoramique ;
    - l'escalier principal ;
    - un escalier de secours ;
    - un local de stockage sur la terrasse de l'écluse fortifiée.

Ces biens de retour n'ont pas fait l'objet d'une évaluation et d'une inscription à l'actif immobilisé en raison de l'absence d'informations fiables quant à leur valorisation.

### **BIENS DE REPRISE DE LA PRESENTE DELEGATION DE SERVICE PUBLIC :**

Dans le cadre de la présente délégation, les biens de reprise sont les biens utiles à l'exploitation du service délégué, acquis ou réalisés par le délégataire et financés par lui, qui ne seraient pas amortis au terme de la délégation.

Ils pourront être repris par la Ville de Saint Nazaire et la CARENE, si elles le souhaitent, moyennant un prix sur la base de leur valeur nette comptable.

Leur acquisition par délégation devra avoir été précédée d'une approbation expresse de la Ville de Saint Nazaire et la CARENE.

### **BIENS PROPRES DE LA PRESENTE DELEGATION DE SERVICE PUBLIC :**

Les biens propres se composent de biens financés en partie par des recettes de la convention de délégation de service public et qui ne sont pas exclusivement affectés à la délégation de service public.

Ils peuvent être conservés par le délégataire à l'issue de la convention de délégation de service public.

## Annexe

La valeur brute des éléments de l'actif immobilisé correspond à la valeur d'entrée des biens dans le patrimoine, compte tenu des frais nécessaires à la mise en état d'utilisation de ces biens et selon les options figurant sous le tableau « Etat de l'actif immobilisé ». Ces éléments n'ont pas fait l'objet d'une réévaluation légale ou libre.

L'amortissement économique a été calculé selon les modalités spécifiées pour chacune des catégories sous le tableau « Etat des amortissements ».

En cas d'utilisation de mode ou durée différent sur le plan fiscal, le complément de dotations est porté en amortissement dérogatoire.

Les éléments de l'actif immobilisé ont été, le cas échéant, dépréciés par voie de provision pour tenir compte de leur valeur actuelle à la date de clôture de l'exercice

### **Stocks et en cours**

Les matières et marchandises ont été évaluées à leur coût d'acquisition.

### **Créances et dettes**

Les créances et les dettes ont été évaluées pour leur valeur nominale.

Les créances et les dettes en monnaies étrangères ont été converties et comptabilisées sur la base du dernier cours de change précédant la date de clôture de l'exercice.

### **Disponibilités**

Les liquidités disponibles en banque ou en caisse ont été évaluées pour leur valeur nominale.

### **Produits et charges exceptionnels**

Les produits et charges exceptionnels tiennent compte, non seulement des éléments qui ne sont pas liés à l'activité normale de l'entreprise, mais également de ceux qui présentent un caractère exceptionnel eu égard à leur montant.

#### **Charges exceptionnelles :**

Créances irrécouvrables clients	249.14 Euros
Pénalités, amendes fiscales et pénales	150.00 Euros

#### **Produits exceptionnels :**

Solde fournisseurs facture non due	897.32 Euros
Timbres revendus	1 422.00 Euros

## Annexe

Bons cadeaux périmés	7 591.55 Euros
Vente matériel	36 000.00 Euros

### **Engagements en matières de pensions et retraites**

(Code du Commerce Art. R123-197; PCG Art 531-2/9, Art 532-12)

Les engagements de retraite de la société sont uniquement constitués par les indemnités de fin de carrière, aucun contrat de retraite à prestations définies n'a été mis en place.

Pour rappel :

La provision au 31/12/2019 prenait en compte uniquement les salariés âgés de 40 ans ou plus.

Un nouveau logiciel a été acquis en 2020 afin d'affiner cette provision.

Les hypothèses de travail sont :

- Méthode : IAS 19 : méthode des unités de crédits projetés
- Table de mortalité : Table INSEE 2014-2016 (système)
- Turn-over : Faible
- Option de départ choisie : Départ volontaire des salariés à l'âge de 65 ans
- Taux de charges patronales : 45% pour les agents de maîtrise, les employés et les ouvriers  
50% pour les cadres supérieurs et les cadres
- Taux d'actualisation financière : 0.45%
- Taux d'évolution des salaires : 1%

En 2019, les IFC-Indemnités de Fin de Carrière selon l'ancienne méthode s'établissaient à la somme de 258 438€.

En 2020, les IFC-Indemnités de Fin de Carrière selon l'usage du nouveau logiciel s'établissaient à la somme de 113 450€.

Il en résultait un écart de -144 988€ qui a impacté les comptes de l'exercice 2020 à hauteur de 50% soit 72 494€ (étalement de la reprise de provision sur 2 exercices).

Le montant des IFC au 31/12/2021 s'établit à 122 960 €. La reprise de provision de l'exercice s'établit à la somme de 62 984 € (reprise 2019/2020 de 72 494 € - dotation normalement calculée 2020/2021 de 9 510 € (122 960 - 113 450)).

### **Composition du capital social**

Actions ordinaires entièrement libérées : 25 000 actions à la clôture de l'exercice pour une valeur nominale unitaire de 100 €.

Nombre de titres créés pendant l'exercice : 0

Nombre de titres cédés pendant l'exercice : 0

### **Engagement financiers**

Accordés par : LA CARENE

1er engagement reçu pour une valeur de 150 000€

## Annexe

Prêt de 300 000€ souscrit en juin 2018 auprès de la Banque Postale qui a donné lieu à une garantie de la COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DE LA REGION NAZAIRIENNE ET DE L'ESTUAIRE à hauteur de 50%, soit une somme de 150 000€.

Le capital dû à la clôture de l'exercice s'élève à la somme de 121 188.90 €.

2nd engagement reçu pour une valeur de 150 000€

Prêt de 300 000€ souscrit en janvier 2020 auprès de la Banque Postale qui a donné lieu à une garantie de la COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DE LA REGION NAZAIRIENNE ET DE L'ESTUAIRE à hauteur de 50% soit une somme de 150 000€.

Le capital dû à la clôture de l'exercice s'élève à la somme de 225 435.21 €.

### **Effectif moyen**

Effectif 2021 : 55 (21 hommes + 34 femmes)

Effectif 2020 : 56

### **Information sur les honoraires du commissaire aux comptes**

Au titre du contrôle légal des comptes annuels : 6 803.38 €

## **Les conclusions du rapport du Commissaire aux Comptes**

En cours.

## 9. Les tableaux de comptabilité analytique par activités

Les charges communes pour le secteur marchand (sites de visites, visites d'entreprises, boutiques, bar, agence de voyages et tourisme d'affaires) ont été réparties au prorata de leur part de chiffre d'affaires dans l'activité.

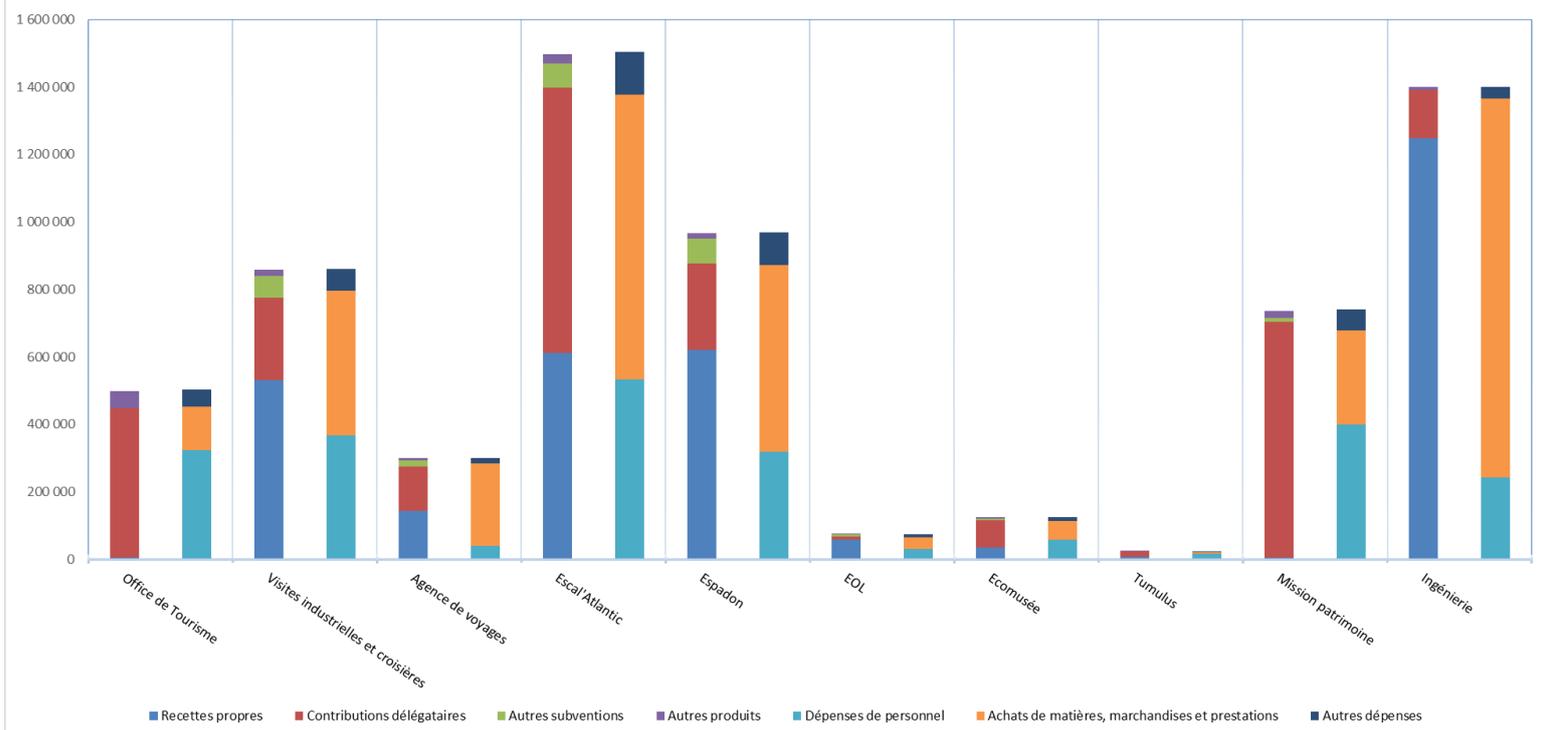
Les charges communes générales ont été réparties au prorata de la masse salariale directement affectées à chaque activité.

Afin de prendre en compte le travail du pôle patrimoine à l'enrichissement de nos offres de visites, à l'entretien des collections exposées et à sa contribution à la réalisation des mandats, il a été décidé de répartir 30% de ses charges de fonctionnement sur l'ensemble des autres activités en fonction de leur chiffre d'affaires.

La contribution de la CARENE et de la Ville a été répartie sur chaque activité afin d'équilibrer comptablement leur résultat.

Répartition des contributions des délégataires	Office de Tourisme	Visites guidées	Agence de voyages	Escal/Atlantic	Espadon	EOL	Ecomusée	Tumulus	Mission patrimoine	Ingénierie et mandats spéciaux	Total général
Billetteries	598	529 718	759	464 957	510 043	46 884	35 556	7 078	3 262	0	1 598 856
Boutiques	583	0	69	121 200	109 698	10 084	0	0	0	0	241 633
Bar	0	0	0	25 281	0	0	0	0	0	0	25 281
Forfaits touristiques	0	0	53 427	0	0	0	0	0	0	0	53 427
Tourisme d'affaires	0	0	87 865	0	0	0	0	0	0	0	87 865
Autres recettes	3 783	60	16	69	70	6	4	1	380	1 248 937	1 253 326
<b>Contributions</b>	<b>443 032</b>	<b>246 562</b>	<b>133 269</b>	<b>786 039</b>	<b>257 471</b>	<b>9 069</b>	<b>80 980</b>	<b>15 414</b>	<b>700 876</b>	<b>141 286</b>	<b>2 814 000</b>
Autres subventions	595	63 475	17 030	73 267	74 262	6 826	4 261	848	9 874	0	250 439
Autres produits	467	657	2 673	913	609	56	91	24	818	254	6 560
Transfert de charges	5 202	5 452	527	8 025	4 586	422	889	246	9 153	2 842	37 345
Achats boutiques	-3 140	0	0	-63 724	-64 616	-5 940	0	0	0	0	-137 419
Achats bar	0	0	-54	-11 391	0	0	0	0	0	0	-11 445
Achats forfaits touristiques	0	-568	-47 701	0	0	0	0	0	0	0	-48 268
Achats tourisme d'affaires	0	-3 839	-51 926	0	0	0	0	0	-8 341	0	-64 106
Achats autres prestations revendues	-1 904	0	0	0	0	0	0	0	-14 531	0	-16 435
Achats prestations et matériels pour ingénierie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1 005 092	-1 005 092
Achats pour prestation d'ingénierie	-1 700	0	0	0	0	0	0	0	0	-48 224	-49 923
Fluides et énergies	-804	-1 623	-928	-186 542	-21 992	-2 022	-8 984	-48	-11 110	-2 261	-236 314
Petits équipements et fournitures	-4 865	-13 864	-9 048	-25 613	-17 233	-1 842	-1 185	-587	-25 747	-5 978	-105 962
Locations et redevances	-17 150	-237 178	-8 744	-238 197	-84 589	-3 604	-4 736	-559	-104 407	-20 913	-720 077
Entretien, maintenance et télésurveillance	-24 326	-18 979	-26 506	-136 676	-88 453	-6 720	-29 008	-1 225	-35 465	-12 169	-379 527
Services externes	-23 278	-19 860	-57 609	-32 018	-62 311	-1 765	-2 514	-726	-30 714	-3 633	-234 428
Communication et publicité	-21 767	-109 606	-36 920	-121 763	-191 559	-12 653	-7 167	-2 248	-18 222	-12 973	-534 878
Autres services externes	-28 844	-23 300	-4 356	-28 027	-24 206	-1 840	-2 790	-815	-30 195	-13 436	-157 808
Impôts et taxes	-30 683	-34 765	-3 810	-50 336	-30 107	-2 770	-5 415	-1 488	-37 761	-22 955	-220 089
Salaires et charges sociales	-323 924	-366 996	-40 215	-533 890	-317 985	-29 242	-57 161	-15 762	-398 614	-242 319	-2 326 108
Autres charges	-5 598	-13 703	-2 301	-18 009	-16 386	-1 176	-1 324	-332	-8 569	-4 673	-72 071
Produits financiers	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	6
Charges financières	0	0	-984	0	-928	-85	0	0	0	0	-1 997
Produits exceptionnels	36 019	2 000	2 912	3 731	2 340	215	1 032	27	10	2	48 286
Charges exceptionnelles	-56	-63	-7	-91	-55	-5	-10	-3	-68	-42	-399
Reprise sur provisions	8 781	9 949	1 090	14 405	8 616	793	1 550	426	10 806	6 569	62 984
Dotation aux amortissements et provisions	-14 106	-15 245	-9 456	-57 081	-49 067	-4 755	-4 632	-377	-16 311	-6 206	-177 236
<b>Total général</b>	<b>-3 082</b>	<b>-1 715</b>	<b>-927</b>	<b>-5 468</b>	<b>-1 791</b>	<b>-63</b>	<b>-563</b>	<b>-107</b>	<b>-4 875</b>	<b>-983</b>	<b>-19 575</b>

Répartition des recettes et des dépenses par activité



Le graphisme ci-dessus permet de voir la répartition pour chaque activité des recettes (colonne de gauche), comparées aux dépenses (colonnes de droite).

## 10. Inventaire des biens

Un inventaire des biens a été réalisé en 2019 par la société Collomé Frères en lien avec les équipes de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme. Le document est disponible sur demande.

## 11. Un journal de bord des travaux réalisés par le délégataire

Une année avec des travaux importants et marquée par une longue période de fermeture :

- Le sous-marin Espadon et son alvéole
- Le salon du port au sein d'Escal'Atlantic
- La reconversion du kiosque 4 en bureaux et salles de travail.

Informatique et divers :

Changement des copieurs à l'échéance du contrat précédent.

**Escal'Atlantic :**

- Divers travaux d'entretien courant
- Reprise de nombreuses parties de peinture par une décoratrice spécialisée en patine

**Ecluse Fortifiée :**

- Divers constats de fuites en attente d'intervention.

**Ecomusée :**

- Diverses interventions.
- De nombreuses demandes d'interventions auprès de la Ville concernant des fuites de toiture dans le bâtiment et notamment dans la salle d'exposition.

**Réserves Muséales :**

- Changement des deux portails d'accès suite à une défaillance de l'un d'eux (vétusté).

**Siège :**

- Petites interventions diverses.

\*\*\*\*

\*\*

\*

## 12. La vie juridique et la gouvernance de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

Les réunions du **Conseil d'administration** eurent lieu :

- Le 16 février 2021, en visioconférence ou en présentiel à l'Alvéole 12, Base sous-Marine
- Le 23 mars 2021, en visioconférence ou en présentiel à l'Alvéole 12, Base sous-Marine
- Le 15 juin 2021, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire
- Le 21 septembre 2021, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire
- Le 23 novembre 2021, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire

Les réunions de **l'Assemblée spéciale** eurent lieu :

- Le 16 février 2021, en visioconférence ou en présentiel à l'Alvéole 12, Base sous-Marine
- Le 23 mars 2021, en visioconférence ou en présentiel à l'Alvéole 12, Base sous-Marine
- Le 15 juin 2021, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire
- Le 21 septembre 2021, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire
- Le 23 novembre 2021, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire

**L'Assemblée générale** s'est tenue le 15 juin 2021, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire.

\*\*\*\*

\*\*

\*

## Les actionnaires, les censeurs et leurs représentants

Par délibération du Conseil communautaire de la CARENE du 15 septembre 2020 et selon le Conseil d'administration de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme du 13 octobre 2020, **Céline GIRARD-RAFFIN est désignée Présidente Directrice générale** de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme.

### Conseil d'Administration

CARENE (10 sièges)



**Céline GIRARD-RAFFIN**

girardc@mairie-saintnazaire.fr



**Jean-Claude PELLETEUR**

jcpeletteur@mairie-pornichet.fr



**Marie-Anne HALGAND**

halgandma@saint-joachim.fr



**Sylvie CAUCHIE**

sylvie.cauchie@besne.fr



**Claude AUFORT**

ct.aufort@gmail.com



**François CHENEAU**

f.cheneau@wanadoo.fr



**Franck HERVY**

agendamaire@lachelledesmarais.fr



**Catherine LUNGART**

secretariat@ville-st-andre-des-eaux.fr



**Jean-Michel CRAND**

crandjm@agglo-carene.fr



**Thierry NOGUET**

noguett@agglo-carene.fr

Ville de Saint-Nazaire (3 sièges)



**Béatrice PRIOU**

prioub@mairie-saintnazaire.fr



**Michel RAY**

raym@mairie-saintnazaire.fr



**Sarah TRICHET-ALLAIRE**

trichetallas@mairie-stnazaire.fr

Ville de Pornichet (1 siège)



**Christophe DAGUIZE**

cdaguize@mairie-pornichet.fr

Cons. Départemental 44 (1 siège)



**Rémy OHRON**

remy.ohron@loire-atlantique.fr

Ville de Saint-André-des-Eaux (1 siège)



**Dorothée BOURMAUD**

dorotheebourmaud@yahoo.fr

Cap Atlantique (1 siège)



**Franck LOUVRIER**

franck.louvrier@mairie-labaule.fr

Représentant assemblée spéciale



**Raphaël SALAÛN**

salaunr@saint-joachim.fr

### Censeurs

PNR de Brière



**Alain GEFFROY**

info@parc-naturel-briere.fr

CCI Nantes Saint-Nazaire



**Laurent DUPONT**

direction@hoteldeleurope.eu

Nantes Métropole



**Fabrice ROUSSEL**

fabrice.rousseau@nantesmetropole.fr

Comité consultatif des acteurs



**Jérôme LEGOUX**

jerome@agoris.fr

### Assemblée spéciale | Censeurs

Ville de Montoir-de-Bretagne



**Isabelle LE CLANCHE**

l.jacquemard@montoirdebretagne.fr

Ville de Donges



**Didier RIAUD**

d.riaud@ville-donges.fr

Ville de Trignac



**Hervé MORICE**

hervemorice@free.fr

Ville de La Chapelle-des-Marais



**Sylviane BIZEUL**

contact@lachelledesmarais.fr

Région des Pays de la Loire



**Andréa PORCHER**

andrea.porcher@paysdelaloire.fr

Ville de Saint-Malo-de-Guersac



**Anne-Marie BOSCHEREL**

annemarie.boscherel@saintmalodeguersac.fr

Ville de Saint-Joachim



**Raphaël SALAÛN**

salaunr@saint-joachim.fr

Ville de Besné



**Tony LE PEN**

tonylepen.besne@orange.fr

## Assemblée générale

CARENNE



**Céline GIRARD**

girardc@mairie-sainnazaire.fr

Ville de Saint-Nazaire



**Béatrice PRIOU**

prioub@mairie-sainnazaire.fr

Ville de Pornichet



**Christophe DAGUIZE**

cdaguize@mairie-pornichet.fr

Ville de Saint-André-des-Eaux



**Dorothee BOURMAUD**

dorotheebourmaud@yahoo.fr

Cap Atlantique



**Franck LOUVRIER**

franck.louvrier@mairie-labaule.fr

Département de Loire-Atlantique



**Rémy OHRON**

remy.ohron@loire-atlantique.fr

Région Pays de la Loire



**Andréa PORCHER**

andrea.porcher@paysdelaloire.fr

Ville de Montoir-de-Bretagne



**Thierry NOGUET**

noguett@agglo-carene.fr

Ville de Donges



**Didier RIAUD**

d.riaud@ville-donges.fr

Ville de Trignac



**Sébastien WAIRY**

adresseemail@saint-nazaire.fr

Ville de La Chapelle des Marais



**Sylviane BIZEUL**

contact@lachapelledesmarais.fr

Ville de Saint-Malo-de-Guersac



**Laurette HALGAND**

laurette.halgand@saintmalodeguersac.fr

Ville de Saint-Joachim



**Raphaël SALAÛN**

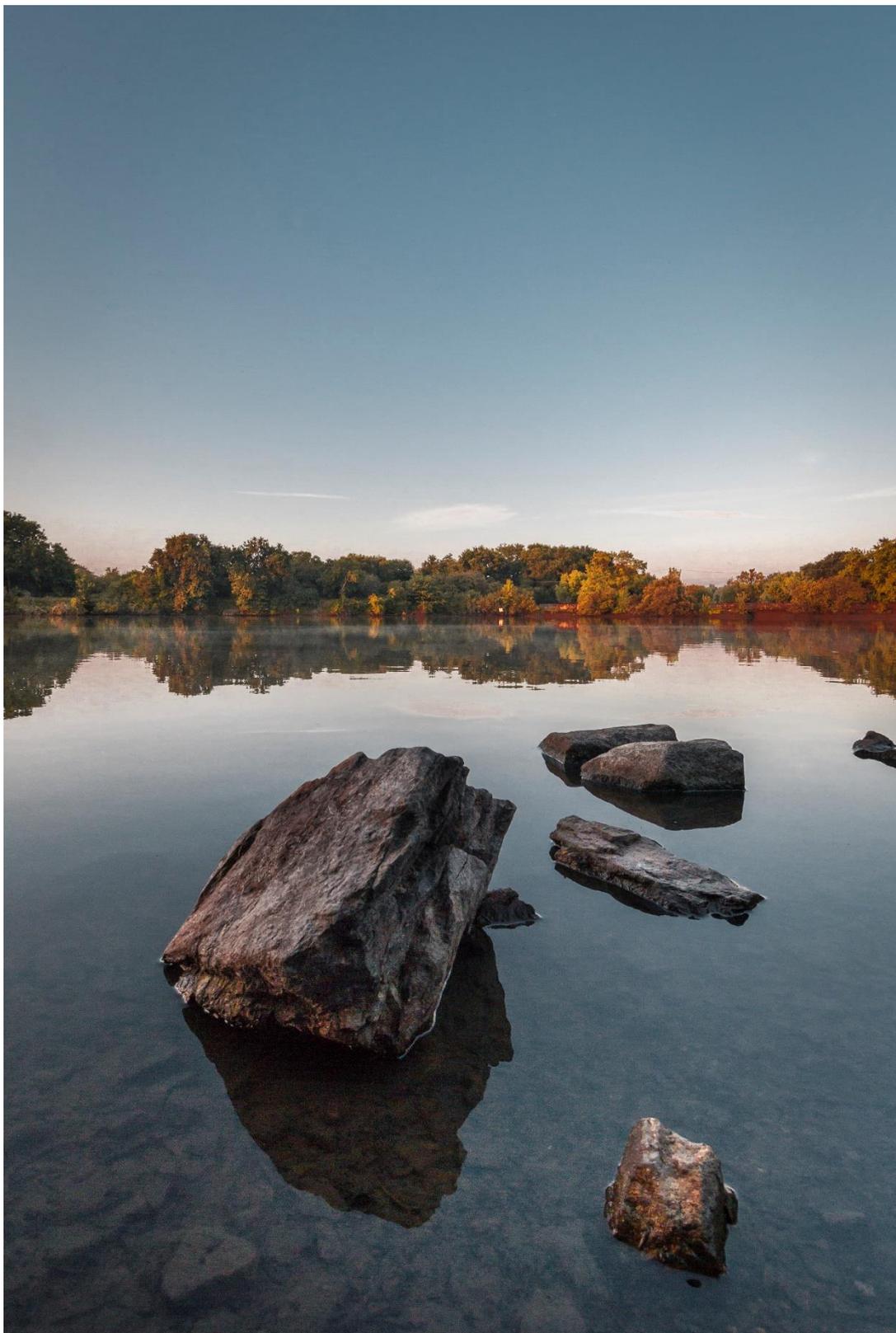
salaunr@saint-joachim.fr

Ville de Besné



**Tony LE PEN**

tonylepen.besne@orange.fr



*© Florian Barthélémy - Photo lauréate du concours 2021 photo Instagram organisé par Saint-Nazaire Agglomération Tourisme*

# saint-nazaire RENVERSANTE®

#SaintNazaireRenversante



## **Saint-Nazaire Agglomération Tourisme**

SPL au capital de 250 000 €

Siège sis 3 boulevard de la Légion d'Honneur F – 44600 Saint-Nazaire

**[saint-nazaire-tourisme.com](http://saint-nazaire-tourisme.com) | [saint-nazaire-musees.com](http://saint-nazaire-musees.com)**

RCS Saint-Nazaire 828 620 831 - SIRET 828 620 831 00010 - APE 7990Z - TVA FR49 828620831

Opérateur de voyage IM044170008

